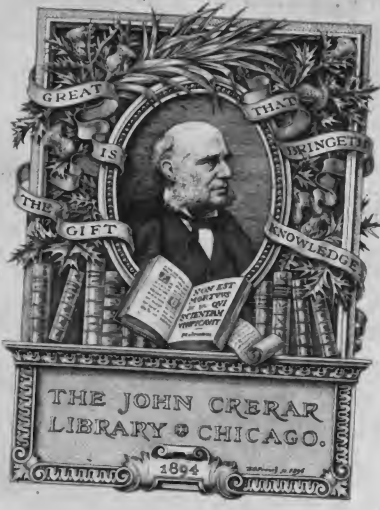
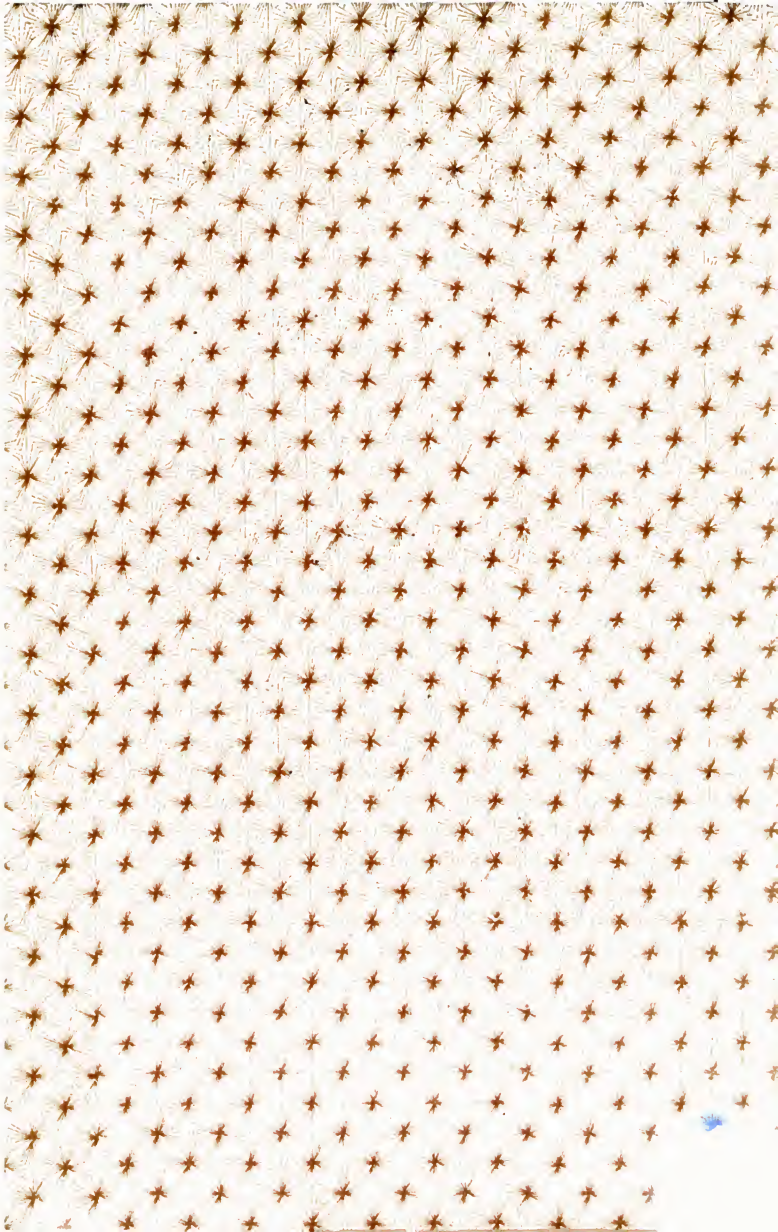
Digitized by Google


GREAT IS THAT
THE GIFT KNOWLEDGE
THE JOHN CREAR
LIBRARY CHICAGO.
1894



Digitized by Google

Digitized by Google

Digitized by Google

Die Entwicklung

des

Inseratenwesens

in den deutschen Zeitungen

Von

Dr. Ludwig Munzinger

Heidelberg 1902
Carl Winter's Universitätsbuchhandlung

Digitized by Google

Carl Winter's Universitätsbuchhandlung in Heidelberg.

LORD BYRON

Sein Leben, seine Werke, sein Einfluß auf die deutsche Litteratur

von **Richard Ackermann.**

Mit einem Titelbilde. gr. 8°. geheftet 2 M., fein Leinwandband 3 M.

Besonderer Zweck des Buches ist es, mit Benützung des wissenschaftlichen Apparates die Dichtungen der Reihe nach systematisch zu behandeln und den Leser so am richtigsten in diese einzuführen und deren Verständnis zu erleichtern. Wie sehr es gelungen ist, die Darstellung, trotz ihrer Gedrängtheit und bei der Fülle des Stoffes, anziehend und lesbar zu gestalten, werden die hoffentlich zahlreichen Leser mit Freuden stets aufs neue feststellen. Das Werk ist außerordentlich preiswert.

Vorlesungen über Psychologie

gehalten im Foyer des Großh. Hoftheaters in Karlsruhe

von Hofrat **Dr. Max Dreßler,** Großh. Hofarzt.

gr. 8°. geheftet 3 M. 60 Pf., in fein Leinwandband 4 M. 50 Pf.

„Im besten Sinne des Wortes populär, d. h. einfach, klar, überzeugend, ohne je trivial zu werden, hohe Gedanken vorzutragen, edelstes Metall in die gangbare Münze umzuwandeln, so daß es zum Gemeingut der weitesten Kreise wird, ohne daß die Erhabenheit seines Wesens je geschmälert werde, das ist ihm in diesen Vorträgen gelungen, und wir hoffen, daß sie, wie sie es verdienen, ihren Weg in die weitesten Kreise der Gebildeten unseres Volkes finden werden." (Karlsruher Zeitung.)

Werden und Wesen des historischen Dramas

von

Otto von der Pfordten.

gr. 8°. geheftet 3 M. 60 Pf., Halbfranzband 5 M. 60 Pf.

Das Werk behandelt das historische Drama vom geschichtlichen, theoretischen und praktischen Standpunkt aus. Es verdient besonderes Interesse, weil der Verfasser auf diesem Gebiet selbst erfolgreich thätig ist und die Bühne kennt. Das Buch ist für jeden wichtig, der es mit der lebendigen Dramatik ernst nimmt, der Gelehrte wie der Schauspieler, der Dichter wie der Kritiker wird Anregung und neue Gesichtspunkte darin finden.

Kunst, Religion und Kultur

von **Henry Thode.**

4.–6. Tausend.

gr. 8°. geheftet 60 Pf.

Der Verfasser hat in dieser Rede kurz das Ziel seiner Thätigkeit aufgezeichnet. Er schildert die Einwirkung der Kunst auf Religion und Kultur, die Notwendigkeit eines neuen christlichen Idealismus im deutschen Volk gegenüber den Schäden unserer pessimistischen Philosophie, und wie die Kunst an der Verwirklichung dieses Ideals mithelfen kann.

Digitized by Google

THE
JOHN CRERAR
LIBRARY

Die Entwicklung

des

Inseratenwesens

in den

deutschen Zeitungen

Von

Dr. Ludwig Munzinger

Heidelberg 1902
Carl Winter's Universitätsbuchhandlung

Digitized by Google

THE
JOHN CREERAR
LIBRARY

Alle Rechte, besonders das Recht der Übersetzung in fremde Sprachen, werden vorbehalten.

Digitized by Google

Dem Andenken meines Vaters!

8

65 D.0173 92737
G.C.C

Digitized by Google

Digitized by Google

Vorwort.

In der nachstehenden Arbeit soll zunächst der Versuch gemacht werden, eine entwicklungsgeschichtliche Darstellung des Inseratenwesens zu geben. Neben einer Würdigung der Bedeutung desselben für die gesamte Volkswirtschaft soll dann unter Hinweis auf die Entwicklungsgeschichte des Inserats einem mehrfach laut gewordenen Bestreben, Zeitungs- und Inseratenwesen zu trennen, entgegengetreten werden.

Die Beschaffung des Materials war eine nicht leichte, da in größerem Zusammenhang speziell über Inseratenwesen fast nichts bisher erschienen ist. Die benutzten Quellen, soweit sie nicht alte Zeitungsfolianten selbst sind, deren Benutzung aus dem Text hervorgeht, werden an den einschlägigen Stellen durch Fußnoten angegeben sein.

Heidelberg, im September 1901.

Ludwig Munzinger.

Digitized by Google

Digitized by Google

Inhalt.

Seite.

Einleitung 1

Erster Abschnitt.

Grundlagen der Entwicklung 6
1. Zeitung und Inserat als Begriffe 6
2. Die Entwicklung der periodischen Presse bis zum Ende des XVIII. Jahrhunderts 9
3. Das Anzeigewesen vor Benutzung der Zeitungen 20

Zweiter Abschnitt.

Anfänge und erste Stadien der Entwicklung des Zeitungsinserates . . . 27
1. Die Intelligenzblätter 27
2. Das Inserat in den politischen Blättern des XVIII. Jahrhunderts 49

Dritter Abschnitt.

Das Inseratenwesen im XIX. Jahrhundert 55
1. Die Ausgestaltung des Inseratenwesens im XIX. Jahrhundert . . 55
2. Die finanzielle Bedeutung des Inseratenwesens für die Zeitungen . . 62
3. Die Annoncenexpeditionen 71

Vierter Abschnitt.

Kritik des heutigen Zustandes im Inseratenwesen 77
1. Die Schäden im Inseratenwesen 77
2. Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Inseratenwesens 86

Digitized by Google

Digitized by Google

§ 1.

Einleitung.

„Die moderne Presse trägt einen Januskopf. Ein tief gewurzelter Schaden neben der Anonymität ist die völlig unnatürliche Verbindung ihrer politischen Aufgabe, der Vertretung und Verbreitung bestimmter Parteigedanken, mit dem Inseratenwesen. Daß an sich gar kein Zusammenhang besteht zwischen Geschäftsanzeigen von beliebigen Schneidern und Schustern und der Politik springt doch in die Augen. Noch mehr! Dem Staat stand ein Monopol des Inseratenwesens zu; der preußische Staat hat aber sein Regal verjähren lassen, und heute ist die Verbindung zwischen dem Inseratenwesen und den politischen Parteiblättern eine so innige geworden, daß man gar nicht mehr sieht, wie hier Abhülfe geschaffen werden soll, denn das Inseratenwesen ist die materielle Grundlage geworden. Keine Zeitung kann durch das Abonnement allein auch nur annähernd die Kosten ihrer Herstellung decken."

So weit H. von Treitschke in seinen Vorlesungen über Politik![1])

Mit Treitschke stimmen Alle überein, die gelegentlich einer Arbeit politisch-historischer, litterar-historischer oder nationalökonomischer Art das Gebiet des Zeitungs- und Inseratenwesens streiften. Alle streiften es aber auch bloß, und weitere, eingehendere Untersuchungen, speziell des Inseratenwesens giebt es

[1]) M. Cornicelius, Treitschkes Vorlesungen über Politik, Berlin 1897.

Digitized by Google

bis jetzt nicht. Das Inseratenwesen, das sich im vergangenen Jahrhundert auf eine höhere Stufe der Entwicklung, wir wollen sie Reklamewesen nennen, geschwungen hat, übt doch in Praxis einen ganz außerordentlichen Einfluß auf die Volkswirtschaft aus. Trotzdem befassen sich die Nationalökonomen von Fach wenig oder gar nicht mit dieser Erscheinung unseres modernen Wirtschaftslebens. Eine Erklärung dieser Thatsache mag einmal darin liegen, daß sich nicht leicht jemand bei uns in Deutschland findet, der eine längere Spanne wissenschaftlicher Arbeit auf ein Gebiet verwendet, das sich nicht zum Gegenstand einer besonderen akademischen Laufbahn eignet. Andererseits hängt am Inseratenwesen das odium einer nicht Werte schaffenden, sondern schmarotzenden Funktion, welche nur geeignet sein soll, den Preis der Produkte zu erhöhen. Nun lautet ein Ausspruch des preußischen Finanzministers Dr. von Miquel: „Die Nationalökonomie ist die Summe der Konsequenzen, welche gezogen werden aus dem jeweiligen Zustande der gewerblichen, industriellen und sozialen Entwicklung." Entsprechend dieser realistischen Auffassung der Wissenschaft der Nationalökonomie dürfte ein Versuch, die Konsequenzen aus dem Zustande des heutigen Inseratenwesens, aus seiner Entwicklung herauszuziehen nicht ungerechtfertigt erscheinen.

Das Gebiet des Zeitungswesens überhaupt, des Bodens, auf dem die Inserate wachsen, ist bisher von der Forschung verhältnismäßig unberührt geblieben. Nachdem Prutz im Jahre 1845 einen Anlauf genommen hatte, die Entwicklung der Presse eingehend zu schildern und nicht dazu kam, sein Vorhaben völlig durchzuführen, ist bis zum Ende des Jahrhunderts nichts Größeres, Zusammenhängenderes über die Presse erschienen. Wohl haben Weller, Graßhoff und andere zum Teil sehr wertvolle Monographieen auf unserem Gebiete erscheinen lassen; erst Ludwig Salomon[1]) hat im Jahre 1900 als Frucht eines Studiums von

[1]) Ludwig Salomon, Geschichte des deutschen Zeitungswesens. 1. Teil. Oldenburg u. Leipzig 1900.

Digitized by Google

20 Jahren den ersten Teil einer „Geschichte des deutschen Zeitungswesens“ erscheinen lassen, welcher dieselbe vom 16.—18. Jahrhundert behandelt. Der noch nicht erschienene zweite Teil soll die weitere Geschichte des Zeitungswesens bis zur Wiederaufrichtung des deutschen Reiches behandeln. Salomon hat sich auf eine rein historische Darstellung beschränkt. Auf die wirtschaftliche Seite des Gegenstandes geht er nicht ein; das liegt nicht im Rahmen seiner Arbeit. Und doch bietet gerade ein eingehenderes Studium des Zeitungs- und Inseratenwesens so viel für die Erkenntnis der Entwicklung des Wirtschaftslebens. Insbesondere die Annonce ist ein vorzüglicher Gradmesser des wirtschaftlichen und kulturgeschichtlichen Fortschreitens des Volkslebens, wenn wir sie nach Gattung, Zahl und Form betrachten. Es ist ein beinahe unbegangenes Feld, das man betritt. Nicht so leicht ist es daher, sogleich den richtigen Angriffspunkt zu finden; man sieht sozusagen den Wald vor Bäumen nicht, wenn man ihn betritt, um seinen Zustand und die Bedingungen, welche diesen Zustand herbeiführten, zu untersuchen.

Alle, die den Zustand der Presse berühren, sind sich einig, daß derselbe unerquicklich sei. Bücher [1]) sagt, wie auf keiner Stelle, wo der Kapitalismus sich mit dem Geistesleben berührt, unser Auge mit Befriedigung zu verweilen vermag, so können wir uns dieser Errungenschaft der modernen Kultur nur mit halbem Herzen freuen. Er glaubt, daß die heutige Form der Zeitungen nicht die höchste und letzte Ausgestaltung derselben sei. Mitunter findet man auch Vorschläge, wie diesem unerfreulichen Mißverhältnis ein Ende gemacht werden könne; über die praktische Durchführbarkeit und ihr Vermögen, eine Abstellung des Übels zu erzielen, läßt sich streiten. Niemals aber findet man eine entwicklungsgeschichtliche Erklärung des Zustandes, der das allgemeine Mißfallen erregt. So beschränkt sich auch Treitschke

[2]) Karl Bücher, Die Entstehung der Volkswirtschaft. 3. Aufl. Tübingen 1901.

Digitized by Google

darauf im allgemeinen den Zustand der Presse festzustellen. Die Behauptung, daß dem Staat ein Monopol des Inseratenwesens zustand, schränkt er dann selbst auf den preußischen Staat ein, denn nur dort hat thatsächlich ein staatliches Monopol des Inseratenwesens bestanden. Auf eine Erklärung jedoch der, wie er sagt, unnatürlichen Verbindung der politischen Aufgabe mit dem Inseratenwesen, läßt er sich nicht ein. Nun dürfte aber auch demjenigen, der nur nebenher sich mit der Geschichte unserer Zeitungen befaßt hat, bekannt sein, daß sie die Aufgabe, Sprachrohre politischer Parteien zu sein, erst verhältnismäßig spät übernommen haben. Einmal gab es, abgesehen von den religiösen Parteien im 17. Jahrhundert, jedenfalls im 18. Jahrhundert unter der Herrschaft des Absolutismus keine eigentlichen politischen Parteien, so wie wir sie heute verstehen; die hauptsächliche Voraussetzung ihrer Bildung, nämlich die politische Anerkennung und Freiheit des Individuums fehlte und politische Parteien waren damals nur Hofkamarillen, die um den Einfluß oder, wenn es die Persönlichkeit des jeweils regierenden Fürsten zuließ, um die Herrschaft rangen. Das Kampfmittel dieser Parteien war aber nicht die Öffentlichkeit, sondern meist persönliche und versteckte Intrigue. Eine strenge Zensur vollends, welche sich der erstarkte Absolutismus von der geistlichen Gewalt ausgeliehen hatte, so streng, daß man sie sich heute kaum mehr vorstellen kann, ließ die Meinung anderweitiger Kreise über politische Dinge in den Zeitungen ebenfalls nicht zum Ausdruck kommen. So ergänzten sich starke landesherrliche Gewalt einerseits und kirchliche Intoleranz und Herrschgier andererseits, um vorläufig jede Entwicklung der Zeitungen über eine rein berichtende, erzählende Thätigkeit hinaus zu hemmen. Viel früher dagegen findet man Inserate der verschiedensten Art in ihren Spalten, und ein Teil der Schuld an der Herbeiführung des getadelten Zustandes müßte demnach die politischen Parteien treffen, daß sie die kapitalistisch organisierten Zeitungen zu politischen Zwecken

Digitized by Google

benutzt haben. Allerdings lag ja nach der Bildung der Parteien nichts näher, als gerade die Zeitungen zu Agitationszwecken zu benutzen.

So soll es denn meine Aufgabe sein, in großen Zügen eine entwicklungsgeschichtliche Darstellung des Inseratenwesens in den Zeitungen unseres Vaterlandes zu versuchen. Beim Überblicken des gesamten Stoffes läßt sich eine prinzipielle Teilung desselben vornehmen. Die Grenze fällt etwa an die Wende des 18. Jahrhunderts, auf den Übergang von der landwirtschaftlichen und gewerblichen Unfreiheit zu freierer Entwicklung des Volkslebens und seiner Wirtschaft.

Digitized by Google

Erſter Abſchnitt.

Grundlagen der Entwicklung.

§ 2.

Zeitung und Inſerat als Begriffe.

Zunächſt dürfte eine Feſtſtellung des Begriffes „Zeitung“ und eine ſich aus der Begriffsbeſtimmung ergebende Beſchränkung unſeres Gebietes nötig ſein. Über den Urſprung und die ſprachwiſſenſchaftliche Erklärung des Wortes „Zeitung“ iſt viel geſtritten worden. Die einen leiten „Zeitung“ von „Tageding“ ab, die anderen meinen, „Zeitung“ käme von „zeiten = zeitigen“; es bedeute alſo Nachricht über Gezeitigtes = Geſchehenes. Uns erſcheint das Wort Zeitung, wenn wir von einer etymologiſchen Erklärung abſehen, als eine Zuſammenfaſſung für den umſtändlicheren Ausdruck „Nachrichten aus der Zeit für die Zeit“. Wir modernen Menſchen verſtehen ſpeziell unter einer politiſchen Zeitung ein für einen unbekannten, individuell unbeſchränkten Leſerkreis gewerbsmäßig hergeſtelltes Druckerzeugnis, welches in beſtimmten, kürzeren Zwiſchenräumen regelmäßig erſcheint. Als ihre Aufgabe betrachten wir heute die Leitung der öffentlichen Meinung durch die Verſorgung des Publikums mit Nachrichten über politiſche, wirtſchaftliche und ſonſtige, die Öffentlichkeit intereſſierende Tagesvorkommniſſe. Eine namentlich in der neueſten Zeit hochkommende Preſſe, welche ſich

Digitized by Google

als parteilos bezeichnet, ist eigentlich nicht zur politischen Presse mehr zu rechnen; sie hat das mühsam erkämpfte und dadurch zur Pflicht der Presse gewordene Recht der Vertretung politischer Ansichten und Parteimeinungen weggeworfen und ist zu einer reinen Inseratenpresse mit politisch charakterlosem Anhängsel herabgesunken. Die Leitung der öffentlichen Meinung erfolgt durch die kritische Erläuterung und Besprechung der Tagesbegebenheiten, natürlich vom Standpunkte des hinter der jeweiligen Zeitung stehenden Interessenkreises aus. Dieser Begriffsbestimmung entsprechend scheiden wir aus dem Kreise unserer Betrachtungen zunächst die Zeitschriften aus. Äußerlich unterscheiden sie sich von den Zeitungen dadurch, daß sie meist in Heften und gewöhnlich längeren Perioden erscheinen. Ihrem Wesen nach liegt der Unterschied darin, daß sie sich nicht an das große Publikum wenden, sondern an einen ganz bestimmten, mehr oder minder großen Interessenkreis desselben. Zudem berichten sie nicht über Tagesvorkommnisse, obwohl sie gelegentlich auch diese in ihr Gebiet ziehen, sondern sie sind mehr Revüen größerer Zeitabschnitte auf bestimmten Gebieten des politischen, wissenschaftlichen, sportlichen oder belletristischen Lebens. Wir müssen ferner die zwar in der äußeren Form mit den politischen Zeitungen übereinstimmenden Fachblätter ausscheiden, da auch sie sich nur an den Teil des Publikums wenden, der gerade an dem von ihnen vertretenen Fach Interesse hat. Die politischen Witzblätter jedoch fallen innerhalb des oben konstruierten Rahmens der Zeitung; sie wenden sich an das große Publikum und holen mit mehr oder weniger Witz aus den Tagesereignissen des öffentlichen Lebens ihren Stoff. Es wird sich hier und da ein Übergreifen nicht vermeiden lassen, namentlich wenn es unsere Aufgabe ist, die Entwicklung der gesamten Presse zu skizzieren. Im allgemeinen jedoch werden sich unsere Untersuchungen auf die politischen Blätter beschränken.

Um aber auch in Bezug auf das Wort Inserat Klarheit zu

Digitized by Google

schaffen, müssen wir eine Definition auch dieses Begriffes voranschicken und die unter diesem Namen gehenden Zeitungsanzeigen zu klassifizieren suchen.

Gegenüber dem sogenannten redaktionellen Teil, welcher bestimmt ist, Nachrichten an jedermann zu vermitteln, bei denen das Interesse lediglich auf Seite des Empfängers liegt, dürfte der Inseratenteil der Blätter Nachrichten enthalten, welche ausschließlich dem Privatinteresse dienen, bei denen das Bedürfnis, welches durch die Nachricht befriedigt wird, größtenteils auf Seite des Absenders liegt. Wir sagen größtenteils und beschränken so das Interesse an den Inseraten nicht auf den Absender allein, denn seine Absicht wäre verfehlt, wenn er nicht auch auf einiges Interesse seitens der Nachrichtenempfänger rechnen dürfte. Kein Geschäftsmann würde fürder noch inserieren, wenn er nicht die Überzeugung hätte, daß die Inserate auch gelesen werden.

Aus dieser Bestimmung des Begriffes „Inserat" ergiebt sich eine gewisse Klassifikation der in den politischen Zeitungen erscheinenden Inserate. Es sind zu unterscheiden zunächst die vielen Inserate, welche Angebot und Nachfrage befriedigen; sie bilden heute bei weitem die Mehrzahl. Innerhalb dieser Gruppe vermögen wir wieder eine Scheidung vorzunehmen. Wir finden Inserate, welche Angebot und Nachfrage nach persönlichen Diensten regeln: den Arbeitsmarkt; das Gros jedoch beschäftigt sich mit dem Zusammenführen von Angebot und Nachfrage nach Sachgütern. Produktion und Konsumtion der Güter ergänzen sich stets gegenseitig. Die Produktion sucht Absatz, die Konsumtion bewirkt diesen Absatz. Da tritt in unserer heutigen Zeit, wie früher hauptsächlich Märkte und Messen, das Zeitungsinserat in die Mitte und führt so Kauf und Verkauf herbei. Es zeigt einerseits an, welche Güter und in welcher Qualität sie da sind und andererseits, welche Güter begehrt werden. Entsprechend dem größeren Interesse, das der Absender des Inserats hat,

Digitized by Google

finden wir auch mehr Anzeigen über Güter, die zu verkaufen sind, als solche, die man zu kaufen sucht.

Inserate, bei denen der Vorteil ganz auf seiten des Absenders liegt, sind die Familienanzeigen und die Anzeigen von verlorenen Sachen. Von seiten der Zeitungsverleger werden auch die amtlichen Nachrichten zu den Inseraten gerechnet, obwohl sie gewöhnlich keinen Gewinn abwerfen, da ihre Aufnahme namentlich in den die große Mehrzahl bildenden kleineren Zeitungen meist kostenlos erfolgt. Sie fallen teils außerhalb, teils innerhalb unserer Begriffsbestimmung. Einem Teil der amtlichen Inserate kann man einen dem Privatinteresse des Staates als Fiskus dienenden Charakter zuschreiben; der größere Teil hat das allgemeine öffentliche Wohl zum Ziel. Wir werden sie dem von den Zeitungen geübten Gebrauch entsprechend als Inserate behandeln und gelegentlich auf ihren speziellen Charakter hinweisen.

§ 3.

Die Entwicklung der periodischen Presse bis zum Ende des 18. Jahrhunderts.

Bevor wir an die eigentlichen Untersuchungen über die Entwicklung des Inserats gehen, dürfte eine nähere Untersuchung des Bodens, auf dem sie wachsen, am Platze sein. Wir müssen daher einen kurzen Blick auf die Entstehung und Entwicklung unserer Zeitungen werfen. Es ist oben das Wort „Zeitung" als eine Zusammenfassung des Ausdruckes: „Nachrichten aus der Zeit, für die Zeit" definiert worden. Als das Wesentliche an der Zeitung ist also hervorzuheben, daß sie dem Nachrichtenverkehr einer gegebenen Zeit dient. Wenn wir daher heute das Wort Zeitung hören, so denken wir modernen Menschen sofort an das uns geläufige Mittel, Nachrichten aus der Zeit zu erhalten: an die periodisch erscheinenden, mit Nachrichten bedruckten Papierbogen; das sind unsere Zeitungen.

Digitized by Google

Von jeher nun war dem Menschen der Drang innewohnend, sich mit seinem Nebenmenschen über die Vorkommnisse des täglichen Lebens zu besprechen. Man hatte von jeher das Bedürfnis, seine Erlebnisse weiter zu erzählen und andere Begebnisse sich erzählen zu lassen.

Auf den niedrigsten Kulturstufen erfüllte nun die Funktion unserer heutigen Zeitungen das gesprochene Wort; das gesprochene Wort des Nachbars gab dem Nachbarn Nachrichten aus der Zeit; Nachrichten von dem, was sich anderswo zugetragen hatte, gab ein Wanderer, der vorbeizog. Es war dies die natürliche, die unbewußte Zeitung, die noch weit entfernt war, Gegenstand eines Gewerbes zu sein. Über eine eigentümliche Art, Nachrichten zu vermitteln, berichtet O. Shea in der „Biarritz Association", daß nämlich „noch heutzutage unter den Gomeros, den letzten Vertretern der Urbewohner der kanarischen Inseln, die Unterhaltung mittels Pfeifens etwas ganz Gewöhnliches ist. Es handelt sich also nicht bloß etwa um Rufe oder verabredete Zeichen, sondern um eine wirkliche, förmlich artikulierte Sprache, die fähig ist, die verschiedensten Dinge auszudrücken. Mit Erstaunen hört oft der die Gegend durchwandernde Tourist Melodieen pfeifen, die von Hügel zu Hügel wie Frage und Antwort klingen. Es sind die Eingeborenen, die Fragen an einander richten, das Landen von Fahrzeugen, die Zahl der angekommenen Gäste und die Ereignisse des Tages verkünden: es ist die gepfiffene Tageszeitung."

Je mehr die Menschheit aus den untersten, rohesten Kulturstufen sich herausarbeitete, desto größer wurde das Bedürfnis, Nachrichten aus anderen Gegenden, von fremden Völkern zu erhalten. Der Mensch erfand die Schrift, um seine Gedanken aufzeichnen, seine Wahrnehmungen festlegen zu können. Dieser erste Fortschritt war mit einem zweiten untrennbar verbunden, der bald nachfolgte. Nachdem das gesprochene Wort durch die Schrift konserviert und zeitlich gebunden war, wurde es auch beweglich, transportabel. Die Schrift kam nun dem Nachrichtenbedürfnis

Digitized by Google

zu Hülfe. Wir sehen so, daß in einer späteren Epoche das geschriebene Wort, der Brief, als Zeitung diente. Zunächst auch noch unbewußt, indem ein Freund dem anderen etwas ihn speziell Interessierendes mitteilte. Erst später kam, zuerst wohl zufällig, dann gewohnheitsmäßig die Sitte auf, auch allgemeine Nachrichten brieflich an bestimmte Personen zu übermitteln; doch auch hier ist noch nichts von Gewerbsmäßigkeit zu erblicken. Erst zur Blütezeit der römischen Republik kommt die Sitte auf, daß die in den Provinzen befindlichen reichen Römer einen in Rom zurückgelassenen, intelligenten Sklaven beauftragten, sie mit Nachrichten über die politischen Begebenheiten, gelegentlich auch über den römischen Stadtklatsch zu versorgen. Übernahm es ein solcher Sklave, wie es wohl vorkam, gleichzeitig für mehrere Bericht zu erstatten, so kann man darin die Anfänge der Vergewerblichung des Nachrichtenwesens erblicken. Vielfach werden die acta diurna und die acta senatus des Cäsar als die ersten Zeitungen bezeichnet. Ihrem hauptsächlichen Inhalt nach sind sie mit unseren heutigen, offiziellen Gesetzesblättern zu vergleichen, in der Form jedoch sind es öffentliche, obrigkeitliche Anschläge. Sie hatten nur den Zweck, den heute unsere amtlichen Bekanntmachungen und Inserate haben, erfüllen also nur einen Teil der Aufgabe unserer heutigen Zeitungen. Sie gaben nur Nachrichten über ein bestimmtes Gebiet von all dem, was man wissen wollte.

Unsere Altvorderen, die Germanen, schlugen mit dem Reich der Römer auch die Kultur derselben in Stücke und aus den Fragmenten derselben entwickelte sich mit germanischer Kraft und germanischem Geist befruchtet die spezifisch germanische Kultur, die in ihren Anfangsstadien keinerlei regelmäßigen Nachrichtenverkehr aufweist. Es war auch im ganzen Mittelalter dazu kein rechtes Bedürfnis vorhanden, denn das politische und soziale Leben bewegte sich in den engsten, nachbarschaftlichen Schranken. Nur bei dem gewaltigen Mechanismus der römischen Kirche bemerken wir schon im 12. und 13. Jahrhundert eine Art von

Digitized by Google

Organisation des Nachrichtendienstes und -austausches zwischen den Klöstern. Die aufblühenden Städte, die sehr bald auch politisch zu einander in Beziehung traten und durch gemeinsame Handelsinteressen noch enger verbunden wurden, richteten in den späteren Jahrhunderten einen Botenverkehr ein, der den geschäftlichen und politischen Briefwechsel vermittelte. Dies Botenwesen nahm einen noch größeren Aufschwung, als besonders seit der Reformation auch Private, hochgestellte Personen, wie Fürsten, Professoren, Staatsmänner anfingen, in ihren Briefen gegenseitig sich die neuesten Nachrichten politischer Art mitzuteilen. Leute, welche einen großen Briefwechsel hatten, ließen ihre neuesten Nachrichten, für die man die Bezeichnung „Tidinge", „New-Zeitung", „Novissima" hatte, mehrfach abschreiben, um dieselben Briefen an verschiedene Adressen beifügen zu können. Einzelne Nummern dieser Briefanhängsel, die das Interesse weiterer Kreise erregten, sind schon ziemlich bald auch gedruckt worden. Nach Emil Weller[1]) beginnt der Name „Zeitung" mit dem Jahre 1505 in gedruckten Berichten, den sogenannten Einblattdrucken, welche als Flugblätter hergestellt und auf Messen und Märkten verkauft wurden. Wir können sie jedoch noch nicht als Zeitungen in unserem Sinne bezeichnen, weil ihnen die Periodizität noch gänzlich abgeht. Die geschriebenen Originale waren natürlich nur für die Fürsten, Hochschullehrer und die großen Kaufleute zugänglich. Dem großen Publikum kamen sie weniger zu gute. Unter den Reformatoren war es namentlich Melanchthon, der einen sehr lebhaften Briefwechsel nach allen Seiten hin unterhielt. Gewerbsmäßig wurde solches Korrespondieren natürlich zuerst in den großen Centren des mittelalterlichen Handelsverkehres. Dorthin kamen viele fremde Kaufleute, Gesandte, Sekretäre und Agenten fremder Höfe; Fremde, welche durchreisten, Landsknechte, welche aus den italienischen und französischen Feldzügen heimkehrten, sie alle

[1]) Emil Weller, Die ersten deutschen Zeitungen (in der Bibliothek des litterarischen Vereins in Stuttgart. Band CX).

Digitized by Google

wußten allerhand zu berichten, was draußen in der Welt geschehen war. So kam es, daß namentlich solche Stadtbewohner, welche häufig mit all den Fremden in Berührung kamen, wie Stadtschreiber, andere städtische Beamte, auch Kaufleute, es übernahmen, die gehörten neuen Nachrichten zusammenzustellen und gegen Entgelt an auswärtige Interessenten zu verschicken. Hauptmittelpunkte in diesem Sinne waren Nürnberg, Augsburg, Regensburg, Frankfurt, Speyer und Straßburg. Dies ganze Nachrichtenwesen hatte jedoch noch durchaus privaten Charakter und ist etwa mit den Nachrichten zu vergleichen, welche die reichen Römer sich durch Sklaven in die Provinzen schicken ließen. Die Korrespondenten lieferten ziemlich regelmäßig ihre Nachrichten, aber nur an ihre Auftraggeber. Das „Ordinari"-Botenwesen der Städte hörte übrigens im Laufe des 17. Jahrhunderts seit Errichtung der Turn und Taxis'schen Post nach heftigen Kämpfen gegen dieselbe auf, nachdem ein direktes Verbot gegen dasselbe erlassen worden war. Die Stadt Nürnberg z. B. entließ ihre letzten Boten im Jahre 1685.

Mit dem wachsenden Interesse des Publikums an ausländischen Vorgängen war dies Nachrichtenvermitteln, Zeitungsschreiben genannt, allmählich zu einem richtigen Gewerbe geworden, das in der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts bei der steigenden Türkengefahr zur Errichtung eigener Nachrichtenvermittlungsbüreaus führte. Entsprechend der damaligen Einrichtung der Post aus den österreichischen Niederlanden nach Wien und den an sie anknüpfenden Botenkursen finden wir solche Büreaus hauptsächlich in Städten, welche an Poststraßen gelegen sind und meist sind es die Postmeister selbst, welche das Sammeln und Versenden der bei ihnen einlaufenden neuen Nachrichten besorgten. Aus dieser Verbindung, welche aus der Natur der Sache gekommen ist, hat man später das Recht Zeitungen herauszugeben als einen Ausfluß des Postregals betrachtet und als ein Staatsregal verpachtet. Sammlungen solcher brieflichen

Digitized by Google

Zeitungen befinden sich auf der Bibliothek in Weimar (1581 bis 1591) und zwei andere aus den 80er und 90er Jahren des 16. Jahrhunderts auf der Leipziger Universitätsbibliothek.[1])

Mehr schon das Bild unserer heutigen Zeitungen zeigen die von dem großen Augsburger Handelshause Fugger seit den 60er Jahren des 16. Jahrhunderts zusammengestellten, aber ebenfalls immer noch handschriftlichen „Ordinari"-Zeitungen. Sie enthalten Nachrichten aus allen Teilen Europas, aus dem Orient, aus China, Japan und Amerika. Außer politischen Nachrichten bringen sie Preisnotizen, litterarische Anzeigen; auch über die Aufführung eines Schauspiels wird an einer Stelle berichtet. Ein langes Verzeichnis von Wiener Firmen hat geradezu annonceartiges Ansehen; doch wird man wohl annehmen können, daß nicht die Wiener Firmen diese Notizen veranlaßten, sondern daß die Herausgeber ihren nach Wien reisenden Abnehmern gute Einkaufsquellen nachweisen wollten. Die „Ordinari"-Zeitungen wurden nämlich regelmäßig herausgegeben und kosteten in Augsburg einschließlich der Zustellgebühren 14 Gulden. Wären diese „Ordinari"-Zeitungen gedruckt gewesen, so müßten wir sie als die ältesten Zeitungen bezeichnen. Da aber der Leserkreis aus verschiedenen Gründen noch nicht genügend groß war, um aus den Abonnementserträgen einen Ersatz für die Druckkosten zu bieten, so konnte man noch nicht daran gehen, die Zeitungen zu drucken. Den geringen Abnehmerkreis konnte man billiger handschriftlich bedienen. Die wichtigsten Begebnisse wurden, wie oben erwähnt, schon seit dem Jahre 1505 als Flugblätter gedruckt. Für sie erhoffte und fand man auch den genügenden Absatz. Bald mußte ein findiger Kopf auf den Gedanken kommen, die einzelnen Flugblätter, soweit sie eine Kette wichtiger, historischer Begebnisse betrafen, zu sammeln, nachzudrucken und als ein Ganzes in den

[1]) Julius Opel, Die Anfänge der deutschen Zeitungspresse (Archiv für die Geschichte des deutschen Buchhandels. Band III. 1879).

Digitized by Google

Handel zu bringen. Selbst Weller und Quetsch [1]) noch verlegen das erste Erscheinen solcher gesammelter Flugblätter nach Frankfurt, wo in früheren Jahrhunderten die Buchhändlermesse stattfand. Felix Stieve [2]) wies dagegen nach, daß Michael von Aitzing als erster in Cöln im Jahre 1588 eine „Relatio historica" erscheinen ließ, welche ihrem Inhalt nach als die letzte Vorstufe zur eigentlichen Zeitung zu betrachten ist. Die ersten Aitzingschen Relationen behandelten die damals weite Kreise interessierenden Händel in der Stadt Cöln; die späteren dehnten den Kreis ihrer Nachrichten sogar auf außerdeutsche Begebenheiten aus. Sie erschienen jeweils kurz vor der Frankfurter Frühjahrs- und Herbstmesse, wohin sie zum Verkauf gebracht wurden; daher führten sie auch den Namen „Meßrelationen" oder „Relationes semestrales". Es läßt sich bei dem regen Unternehmungsgeist des Mannes vermuten, daß der kaiserliche Postmeister Henot in Cöln, welcher gerade zu jener Zeit das von der Familie Taxis vernachlässigte Postwesen am Rhein zu reorganisieren versuchte, zu der weiten Verbreitung der Aitzingschen Relationen beitrug, indem er namentlich Fürsten und Gelehrten dieselben direkt zuführte. Die Perioden jedoch, innerhalb welcher die Relationen erschienen, sind zu lang, um unsere Definition auf sie anwenden zu können. Dazu kommt, daß diese Aitzingschen Relationen, die in dieser Art bald nachgeahmt wurden, meist nur ein bestimmtes Gebiet der politischen Ereignisse zum Gegenstand ihrer Nachrichten machten.

Als die erste Zeitung, die eine solche in unserem Sinne genannt werden kann, muß die bekannte Straßburger Zeitung bezeichnet werden, von der sich der älteste erhaltene Band des Jahrgangs 1609 auf der Heidelberger Bibliothek befindet. Nach den Bemerkungen, welche der Herausgeber, Johann Carolus, in

---

[1]) Quetsch, Geschichte des Verkehrswesen am Mittelrhein.

[2]) F. Stiere, Über die ältesten halbjährlichen Zeitungen (in den Abhandlungen der Königl. Bayrischen Akademie der Wissenschaften zu München. 16. Band. Abteilung 1). 1881.

Digitized by Google

der Einleitung macht, hat er dies Unternehmen schon etliche Jahre betrieben und wir können als das Geburtsjahr des eigentlichen Zeitungswesens das Jahr 1600 etwa ansetzen. Der Erscheinungsort ist auf der Zeitung selbst nicht angegeben; die Untersuchungen ergaben jedoch, daß die Zeitung in Straßburg erschien. Alle 8 Tage gab Carolus seine „Ordinary avisa" heraus, wie er sie bezeichnete, und zwar in der Stärke eines halben Bogens in Quartformat. Die Zeitung hat nachweislich bis 1649 bestanden. Opel meint, sie wäre während des ganzen 17. Jahrhunderts erschienen. Ihrem Inhalte nach bringt sie nur politische Nachrichten aus dem Reich und namentlich aus dem Auslande. Die Ursprungsorte der Nachrichten sind Cöln, Antorff (Antwerpen), Prag, Wien, Venedig, Rom, Haag, Preßburg, Linz, Lyon, Frankfurt, Brüssel und Amsterdam, letztere fünf Orte bloß ein- oder zweimal. Also alle Nachrichten sind aus weiter Ferne und nur politisch. Ein einziges Beispiel von mehr lokaler Berichterstattung ist die Nachricht von einem Unglücksfall in Erfurt, wo bei einem Hochzeitsmahl das Haus einstürzte und die Hochzeitsgesellschaft unter seinen Trümmern begrub. Jeder Artikel ist überschrieben mit: „Zeitung aus . . . ." Man ersieht also, daß der Ausdruck „Zeitung" damals identisch war mit „Meldung", Nachricht". Die einzelnen „Zeitungen" scheinen sofort nach ihrem Eintreffen gesetzt worden zu sein. Es erhellt das daraus, daß die Daten der „Zeitungen" aus den Straßburg zunächstliegenden Orten die jüngsten sind. Je weiter der Ort von Straßburg entfernt, desto älter ist das Datum. Man kann hieraus übrigens ersehen, wie lange eine Nachricht gebrauchte, um aus all den verschiedenen Städten nach Straßburg zu gelangen. Die erste Cölner „Zeitung" ist vom 8. Jänner 1609. Die „Zeitung" aus Antorff in derselben Nummer vom 26. Dezember 1608, aus Rom vom 20. Dezember, aus Venedig vom 26. Dezember, aus Wien vom 26. Dezember und aus Prag vom 29. Dezember. Handelsnachrichten, Fremdenlisten, Annoncen suchen wir vergeblich! Äußerlich spiegelt

Digitized by Google

also diese Straßburger Zeitung ganz und gar nicht das Bild einer heutigen Tageszeitung.

Im damaligen Zentrum des deutschen Buchhandels entstanden natürlich auch sehr bald ähnliche Unternehmungen; die Zeitung des Buchhändlers Egenolph Emmel in Frankfurt wurde 1615 gegründet; sie wurde lange als identisch mit dem heutigen „Frankfurter Journal" angesehen; das „Journal" selbst hält die Behauptung aufrecht, indem sie sich als im 286. Jahrgang befindlich bezeichnet. A. Dietz [1]) hat jedoch nachgewiesen, daß als Gründungsjahr des „Journals" höchstens das Jahr 1665 anzusehen ist. Mit Emmels Zeitung, die durch kaiserliche Verordnung vom 9. Mai 1628 zugleich mit van der Birgdhens 1617 gegründeter „Postzeitung" aufgehoben wurde, hat das heutige Journal absolut keinen Zusammenhang, obwohl es selbst das Jahr 1615 als sein Gründungsjahr immer noch bezeichnet. Aus der Zeitung van der Birgdhens ersieht man übrigens auch in dieser Phase der Entwicklung den Zusammenhang zwischen dem Post- und Zeitungswesen, indem van der Birgdhen in Frankfurt Postmeister war. Nachdem er mißliebig und seine Zeitung mit allen anderen zusammen unterdrückt worden war, wurde vom Kaiser bestimmt, daß nur derjenige, welchen der Graf von Taxis hierzu bestellen werde, fürder das Recht haben solle, wöchentliche Zeitungen zu drucken. [2]) Es entstanden nun im weiteren Verlaufe des Krieges allerorten Zeitungen, in Wien, Augsburg, Nürnberg, Berlin, Hamburg u. a. m., deren Lebensdauer jedoch gewöhnlich eine sehr kurze war. Von all diesen Erzeugnissen der periodischen Presse jener Zeit sind nur jämmerliche Bruchstücke zu uns herüber gerettet worden. Es knickte eben der entsetzliche Krieg alle Blüten, so daß an eine gedeihliche Weiterentwicklung

[1]) Dietz, Das Frankfurter Zeitungswesens bis zum Jahre 1810 (in der Didaskalia, Unterhaltungsblatt des „Frankfurter Journal", 22.—29. November 1888).

[2]) J. von Schwarzkopf, Übergelehrte und politische Zeitungen zu Frankfurt a. M. 1802.

Digitized by Google

während der Dauer desselben nicht zu denken war. Die Unstetigkeit der Verhältnisse ließ vielerorts das Zeitungswesen einen Schritt rückwärts thun, indem wohl die Publikation der wichtigsten Ereignisse durch Einblattdrucke, in ephemeren, wandernden Offizinen hergestellt, möglich war, nicht aber das regelmäßige Erscheinen einer in sich zusammenhängenden Zeitung. Doch hat der Krieg durch das Aufrütteln des politischen Sinnes weiterer Volksschichten, ferner dadurch, daß er in diesen Volksschichten das Bedürfnis weckte, in den Zusammenhang der Tagesereignisse einen Einblick zu erhalten, mittelbar auf die stellenweise Fortentwicklung des Zeitungswesens nach seiner Beendigung eingewirkt.

Am regsten war dies Bedürfnis natürlicherweise in Sachsen, das hauptsächlich den Kriegsschauplatz abgegeben hatte und durch die von dort ausgegangene Reformation zu einem Mittelpunkt deutscher Kultur und Wissenschaft geworden war. Nach verschiedenen mißlungenen Ansätzen erhielt im Jahre 1659 der Buchdrucker Timotheus Ritzsch eine förmliche, kurfürstliche Konzession, „daß er seine von anderen Orthen herhabende Correspondentzen mit dem anfange deß, Gott gebe, Glücklichen und gesegneten heranrückenden Neuen Jahres möge anfangen zu drucken.“ [1])

Vom ersten Januar 1660 ab erschien Ritzschs Zeitung unter dem Titel „Neu einlauffende Nachricht von Kriegs- und Welthändeln“, und zwar täglich außer Sonntags, vom 29. April 1660 ab auch Sonntags.

Der große Schritt zur Tageszeitung war gethan.

Der Inhalt dieser Zeitung war ausschließlich politisch. Inserate kommen erst viel später vor. Die Mitteilungen entbehren in der Regel der Erläuterung und Besprechung seitens der Herausgeber; sie beschränken sich meist auf das Thatsächliche. Aber sie sind zuverlässig, der Stil ist klar; finden sich ausnahms-

[1]) v. Witzleben, Geschichte der Leipziger Zeitung 1860.

Digitized by Google

weise Besprechungen der geschilderten Vorgänge, so sind sie, dem Charakter der Zeit entsprechend, derb und treffend.

Nach Ablauf des zwölfjährigen Privilegs gelang es dem Ritzsch nicht, eine Verlängerung desselben zu erhalten; es wurde das Unternehmen vielmehr dem Postamte zugewiesen und seitdem erscheint die Zeitung, heute die „Leipziger Zeitung", unter Staatsverwaltung und ist Staatseigentum.

Im übrigen Deutschland jedoch war der Zustand der politischen Presse noch lange nach dem Kriege ebenso jämmerlich, als während desselben. Von den heute noch bestehenden Blättern reichen nur die Jenaische Zeitung, welche 1674 ins Leben trat, die „Gothaische Zeitung" von 1691, die „Augsburger Postzeitung" und die „Augsburger Abendzeitung" von 1690 ins 17. Jahrhundert zurück. Auch die „Magdeburgische Zeitung" reicht bis in dies Jahrhundert zurück; doch stammt der erste gesammelte Jahrgang, der noch vorhanden ist, erst aus dem Jahre 1717. Alle anderen Blätter jener Zeit sind mehr oder minder rasch eingegangen. Unter dem erstickenden Druck der Zensur konnte sich in den politischen Zeitungen auch der neue Geist, der nötig war, nicht entwickeln. Es entstand neben ihnen eine neue Zeitungslitteratur, die sogenannten moralischen Wochenschriften, welche vor allem der damals angestrebten Reform der Pädagogik dienen sollten. Sie wurden viel gelesen; Männer wie Thomasius und Gottsched waren ihre Herausgeber.

Die großen politischen Erregungen, welche das Ende des 17. Jahrhunderts mit sich brachte, erweckten jedoch allmählich das Bedürfnis des Publikums, auch etwas darüber zu lesen. Da in Deutschland auch eine nur berichtende Zeitungsthätigkeit von den Regierungen schon ungern gesehen wurde, so griff man ins Ausland, nach Holland hinüber und es entwickelte sich dort förmlich eine Zeitungspresse für Deutschland in französischer Sprache, der Sprache der Gebildeten. Unter diesen Organen, die von den Regierungen vielfach politisch benutzt und auch mißbraucht wurden,

Digitized by Google

nennen wir die „Gazette de Leyde“ (1680—1798), die „Gazette d'Amsterdam“ (1690—1792) und die „Gazette d'Utrecht“ (1710 bis 1787). Namentlich die österreichische Regierung verstand es, sich dieser Blätter gegen Preußen zu bedienen und als Friedrich der Große zur Regierung kam, war es sein Bestreben, auch das preußische Zeitungswesen zu heben. Nach seinem Ausspruch, daß „Gazetten, wenn sie interessant sein sollen, müssen nicht geniert werden“, wurde die Handhabung der Zensur etwas milder und die Zeitungen auch thatsächlich interessanter. Der König selbst verschmähte es nicht, politische Artikel für dieselben zu verfassen. Es entstanden neue Blätter in Berlin, von denen sich die „Vossische Zeitung“ bis heute erhalten hat. In Breslau wurde die ebenfalls noch heute bestehende „Schlesische Zeitung“ gegründet. Von den übrigen in Deutschland heute noch gelesenen Blättern aus dem 18. Jahrhundert seien genannt: das „Darmstädter Tageblatt“ (1737), die „Darmstädter Zeitung“ (1776), die „Düsseldorfer Zeitung“ (1745), der „Hamburgische Correspondent“ (1731), die „Elberfelder Zeitung“ (1792) und die „Allgemeine Zeitung“, welche zuerst in Tübingen, dann in Augsburg und jetzt in München erscheint (1798); ferner ist noch der „Schwäbische Merkur“ in Stuttgart seit 1785 zu erwähnen. Eine neue Stufe der Entwicklung hat das Zeitungswesen im 18. Jahrhundert noch nicht erstiegen. Dagegen entwickelte sich in diesem Jahrhundert aus kleinen Anfängen das Zeitungsinserat, welches dann die ganze Presse des 19. Jahrhunderts äußerlich und in ihrer inneren Organisation so sehr verändern sollte.

§ 4.

Das Anzeigewesen vor Benutzung der Zeitungen.

Bücher sagt in seiner „Entstehung der Volkswirtschaft“: „Die Organisation der Nachrichtenvermittlung ist bedingt durch die gesamte Wirtschaftsweise.“

Digitized by Google

Wir haben gesehen, welche Wandlungen die Nachrichtenvermittlung, soweit sie politische und allgemeine Neuigkeiten zur Kenntnis der Interessenten bringt, im Laufe der Jahrhunderte erlebt hat; soweit sie andererseits dem Güteraustausch dienen soll, hat sie sich nicht minder stark verändert. Zur Zeit der Hauswirtschaft war sie für die überwiegende Mehrzahl aller Bedürfnisse nicht nötig, da ja jede Einzelwirtschaft die Befriedigungsmittel für dieselben selbst produzierte und nur ein gelegentlicher Tausch in natura mit dem Nachbar oder höchstens einem umherziehenden, ausländischen Hausierer vorkommt. Bei der sich später entwickelnden Stadtwirtschaft ist eine den Güterverkehr und die allgemein interessierenden Nachrichten fördernde und befördernde Organisation schon eher denkbar und hat sich auch thatsächlich bald entwickelt. Es waren weniger die zünftigen Gewerbe, welche, wie wir an einer anderen Stelle sehen werden, einer solchen Organisation des Nachrichtenaustausches für den Absatz ihrer Produkte bedurften, sondern mehr die Hülfs- und Handleistungsgewerbe, sowie der Kleinhandel mit weniger wertvollen Gegenständen. Die zünftigen Gewerbe versuchten höchstens zur Meßzeiten ihren Absatz zu erweitern, woran sie durch das zeitweise Außerkrafttreten der meisten, sonst den Güterverkehr strenge regelnden Zunft- und Stadtobrigkeitsgeboten dann nicht gehindert wurden. Man besorgte nun das Annoncieren der angedeuteten Warenkategorieen mündlich durch Ausrufen derselben. Dieser Ersatz der heute üblichen gedruckten Annonce war im Mittelalter und bis in die Neuzeit hinein allgemein gebräuchlich. Der Korbmacher[1]) rief: „Hausmeid, die alten Korb heraus! Jr Herren, die alten Korb ich plętz!“ Der Hausierer, welcher gemalte „rößlin“, gemalte „huppen“, „lepkuochen“, „rechenpfening“, „roerlin“, „huppen“, „oplaten“, und „kartenspil“ herumtrug, rief: „Allerlei gelt an guldin und plapphart! Jr Herren, kauft

[1]) Keller, Fastnachtsspiele I, 372 Nr. 17.

auch mein kremerei!" „Haderlump" rief und ruft heute noch z. B. in München der Lumpensammler, „Kessel, pfannen machen! Alte pfannen pletzen, kessel flicken!" der Kesselflicker, „Schlot fegen!" der Rauchfangkehrer, „Hunt schlaher!" der Abdecker. Zahlreich ist die Menge der Kuchenausrufer; der Austräger gerollter Oblaten kündigte seine Ware an: „Hol hipp, so trage ich hole hipplein feil!" Auch der Zahnbrecher fehlte zumal an Markttagen, wenn die Bauern in die Stadt kamen, nicht. „Zan außprechen! Heran, heran, heran, Welcher do hat einen posen Zahn! Stock, storren, wie sie sind getan, Und stumpf die ganz in dem Fleische stan, künstlich ich die gewinnen kan!" Auch der Wunderdoktor, der Charlatan fehlt nicht. Er läßt seine Verdienste durch seinen Knecht verkünden: „Hört ir herrn es all geleich, es kumpt ain maister künstenreich, er nennt sich maister Vivian, die sieben künst er wohl echt kann, er kan mit maisterlichen Sachen, die plinden reden machen."

Bis auf den heutigen Tag haben sich Reste dieses Ausrufens erhalten. In kleineren Städten kann man oft genug den Scherenschleifer rufen hören; in dem großen München ziehen noch heute morgens die Obstweiber ihre Ware ausrufend umher; selbst in der Weltstadt Berlin werden noch, nicht nur wie in vielen Großstädten Zeitungen, sondern auch Orangen, Eier, Bücklinge ausgerufen und diese Erscheinung ist keineswegs im Aussterben begriffen. Den Kennern südlicher Länder, in denen sich das alltägliche Leben mehr wie bei uns auf der Straße abspielt, wird es bekannt sein, was alles und wie viel dort ausgerufen wird.

Namentlich an den großen Meßorten mit dem stoßweise sehr lebhaften Verkehr, entwickelte sich sehr bald auch für wichtigere Gewerbe ein geordnetes Ankündigungsverfahren. Eine zunftmäßige Organisierung des Ausrufewesens findet sich am deutlichsten in dem wirtschaftlich auf derselben Stufe, wie die meisten größeren deutschen Städte stehenden Paris. Im „registre de la taille" von 1292, das von Géraud veröffentlicht ist, wird eine Zunft

Digitized by Google

von „crieurs de vin“ mit 4 Mitgliedern und eine solche von „crieurs divers“ mit 44 Mitgliedern erwähnt. Die „crieurs de vin“ hatten hauptsächlich eine fiskalische Aufgabe, nämlich die Erhebung und Überwachung der Verbrauchsabgaben, welche auf jedem angezapften Fasse Wein lagen. Im übrigen beschäftigten sie sich damit, vor der Ausschankstelle, der sie sozusagen attachiert waren, den Wein des Schenkeninhabers lobend auszurufen und zu verkaufen. Sie machten auch Reklame, indem sie gelegentlich die Passanten zum Kauf direkt aufforderten und ihnen Kostproben anboten.[1]) Diese Dienstleistungen der crieurs de vin waren übrigens für die „taverniers“ obligatorisch. Ein jeder Weinhändler, denn das waren die „taverniers“, mußte dem ihm zugeteilten crieur, ob er ihn nun als Ausrufer verwandte oder nicht, 6 „deniers“ pro Tag bezahlen, falls er nicht unter Eid erklärte, während des Tags keinen Wein verkauft zu haben. Es ist einleuchtend, daß die taverniers sich mit Freuden der crieurs bedienten und einen besonders Geschickten wohl auch über die Taxe entlohnten. In ähnlicher Weise hatten sich die für andere Gewerbe aus analogen Gründen bestellten Maß-, Aich- und Wagebeamten zunftmäßig zusammengeschlossen und wohl auch, wie die crieurs de vin im Weinhandel, in ihren Gewerbezweigen die Reklame, die Ankündigung übernommen. Auf solche Leute werden die erwähnten „crieurs divers“ wohl zu verteilen sein. Durch Ausrufen machte auch die Zunft der estuveurs oder baigneurs, der Bademeister, das Bereitsein der von ihnen hergerichteten Bäder bekannt. Am frühen Morgen liefen sie durch die Straßen; auf ihren wohlbekannten Ruf hin begaben sich dann die Bürger nach den Badehäusern. Die Stadtpolizei untersagte übrigens später dies Ausrufen, wenigstens „jusques à tant qu'il soit jour, pour les périls, qui peuvent advenir en ceux, qui se lèvent au dit cri pour aller aux étuves,“ offenbar, weil die öffentliche

[1]) Martin-Saint-Léon, Corporations des métiers.

Digitized by Google

Straßensicherheit noch nicht eine genügende war und die in der Dunkelheit der frühen Morgenstunde zum Bade eilenden Bürger häufig angefallen worden waren. Auch in den späteren Jahrhunderten werden die crieurs noch in den Zunftregistern erwähnt.

In ähnlicher Weise ist das Anzeige- bezw. Reklamewesen für gewisse Waren, namentlich Wein, auch in Deutschland gehandhabt worden. Schmoller [1]) konstatiert für die wichtigsten Gewerbe in Straßburg die Ausrufer, welche namentlich im Weinhandel, ähnlich wie in Paris, eine Rolle spielten. „In belebten Marktstädten, schreibt er, muß das Geschrei dieser Rufer die engen Gassen mit einem wirren, nicht endenden Getöse erfüllt haben, von dem die wenigen Reste dieses Gebrauches, die wir da und dort noch treffen, uns keine Vorstellung geben." In den Archiven der Stadt Straßburg [2]) findet sich ein Verbot des Rates, daß die Tuchhändler beim Verkauf ihrer Produkte im Kaufhause sich der Kaufhausdiener bedienen sollten. Sie hatten dieselben doch offenbar zu nicht erlaubten Reklamezwecken benutzt.

Speziell eine Zunft der „Weinknechte", denen die Funktionen der Pariser crieurs de vin oblagen, weist Bücher [3]) für die Stadt Frankfurt nach. Er hält jedoch dafür, daß das ganze Institut als Zunft am Anfang des 16. Jahrhunderts eingegangen ist; doch werden die Wirte beim Kleinverschleiß sich wohl noch länger der Ausrufer bedient haben.

Auch aus der Geschichte der Stadt Basel [4]) lassen sich solche Versuche, den Absatz durch marktschreierische Reklame gegen die Zunftordnung zu heben, nachweisen. Die Zunftreform von 1526 verbietet das „Laufen in Klöster und Häuser" während der Meßzeit. Aber nicht nur während der Meßzeit, sondern auch im alltäglichen Handel mit Gütern Fremder, zuweilen auch Ein-

[1]) G. Schmoller, Straßburger Tucher- und Weberzunft. S. 430.
[2]) Eheberg, Geschichte der Stadt Straßburg 1899.
[3]) K. Bücher, Bevölkerung der Stadt Frankfurt a. M. Tübingen 1886.
[4]) Geering, Handel und Gewerbe der Stadt Basel. Basel 1886.

Digitized by Google

heimischer, soweit sie im Kaufhaus aufgestapelt sind, erkennen wir eine Organisation des Anzeigewesens. Es ist der Unterkäufer, eine Art Makler, welcher die Vermittlung zwischen Angebot und Nachfrage übernimmt. Jedes Kaufmannsgut, das von außen hereingekommen und im Kaufhaus gelagert ist, wird den einschlägigen Baseler Gewerbetreibenden vom Unterkäufer durch mündliche Ansage angezeigt. Erst nachdem der „Umsager", eine lebende, wandelnde Annonce, ins Kaufhaus zurückgekehrt ist, darf man anfangen zu handeln. Strenge Vorschriften suchten eine Parteilichkeit des Unterkäufers zu verhindern, der für seine Bemühungen im Bekanntmachen der Ware und beim Kaufabschluß für seinen Rat eine Gebühr, den „Unterkauf", erhält. Für den Tuchhandel waren es die Tuchscherer, welche das Amt des Unterkäufers gewöhnlich inne hatten. Vorschriften der Zunftordnung beweisen am besten, wie sehr sie ihre Funktion als Unterkäufer zur Reklame für die Tuchhändler auszunutzen suchten: „Kein tuchscherer sol für kein gewantgaden gan stan mit geverden, do gewant veil ist, der kaufmann oder der das gewant kaufen wil, berüffe in denne darzu." Hier wollte man nur den ungebetenen Vermittlungsversuchen der spesenhungrigen Unterkäufer entgegentreten; daraus ergiebt sich für uns, daß man ihre Vermittlungsthätigkeit nicht ganz untersagte, weil man eben ohne dieselbe doch nicht auskommen zu können glaubte. Genau dieselbe Funktion hatten in Straßburg die Unterkäufer, die den verschiedenen Gewerben zugeteilt waren. Später vereinigte man die Unterkäufer mit den Weinstichern, einer Art crieurs de vin, zu einer Zunft; die einzelnen blieben aber immer in ihrem Verhältnis zu einem bestimmten Gewerbe oder Handelszweig. Für Frankfurt a. M. hat Bücher[1]) aus den Bürgerrollen die verschiedensten Unterkäufer zusammengestellt. Er findet Unterkäufer an altem Geräte, an gesalzenen Fischen, an Hockenwerk,[2]) an dem Viehe, an den

[1]) Bücher, a. a. O.

[2]) Eier, Hühner, Käse, Butter, Unschlitt, Schmalz, Öl, Pech, alles hier en gros.

Digitized by Google

Pferden, an Heu, an rohen Fellen, an Leder, an weißem Leder, an Eisen, an Sensen, an Kupfer, Zinn und Blei, an Nachen und Schiffen, so daß wir hier einen interessanten Einblick erhalten, wie zu jenen Zeiten beinahe jedes Gewerbe seinen besonderen Unterkäufer hatte, welcher für dasselbe die Aufgabe der heutigen Reklame, speziell des Zeitungsinserates übernahm. In ähnlicher Weise ist die Vermittlung zwischen Angebot und Nachfrage in allen deutschen Städten organisiert gewesen.

Auch für amtliche Anzeigen und die kleinen Gesuche des täglichen Lebens bediente man sich des primitivsten Weges des Nachrichtenverkehres, nämlich des mündlichen. Um diese dem Publikum bekannt zu geben, ließ man sie ausschellen oder austrommeln und zwar durch die Ratsdiener auf den Gassen und öffentlichen Plätzen, oder auch, wie es noch zu Anfang des vorigen Jahrhunderts in Pommern, sogar auf königliche Verordnung [1]) hin geschah, auf den Kirchhöfen der Städte und den „Köderbänken" (Schwatzbänken) der Dörfer. In einer Zeit, wo noch kein allgemeiner Schulzwang bestand und daher selbst die elementare Bildung dem größten Teile des Volkes fehlte, war dies für obrigkeitliche Bekanntmachungen direkt nötig. Als später die Kenntnis des Lesens und Schreibens doch zunahm, da half man sich durch Anschlagen der Verordnungen an Kirchen und sonstigen lebhaft besuchten öffentlichen Gebäuden, wie Rathäusern oder Kaufhäusern. Vielerorts wurden obrigkeitliche Bekanntmachungen auch von der Kanzel herab verkündet. Mit Erstaunen wird man hören, daß in Frankfurt sogar alle Nachrichten von verlorenen und gefundenen Sachen, von Kauf- und Mietverträgen bis in das erste Jahrzehnt des 18. Jahrhunderts hinein zum Verdruß der Geistlichen von der Kanzel herab verlesen werden mußten. Ein Prediger [2]) in Sachsenhausen, der diese Bekannt-

[1]) J. von Schwartzkopf, Allgemeiner Litteraturanzeiger 1801. Nr. 38.

[2]) J. von Schwartzkopf, Über politische und gelehrte Zeitungen. Meßrelationen und Intelligenzblätter zu Frankfurt a. M. 1802. S. 16.

Digitized by Google

machungsart besonders unschicklich fand, kündigte im Juli 1705 von der Kanzel herab zunächst an, daß eine Magd von der Fahrgasse bis zur Mainbrücke ein Tuch verloren habe; dann aber fügte er aus eigener Initiative, dem Groll seines Herzens Luft machend, den Nachsatz hinzu: „Wer es wieder find, der behalts, warum hat die Schlamp' nicht achtgegeben!"

Mit diesen primitiven Mitteln behalf man sich in Deutschland, eben entsprechend der gesamten Wirtschaftsweise, die ihrerseits infolge der mißlichen politischen Verhältnisse noch rückständiger war, als anderswo, im großen und ganzen bis zum Anbruch des 18. Jahrhunderts.

Zweiter Abschnitt.

Anfänge und erste Stadien der Entwicklung des Zeitungsinserates.

---

§ 5.

Die Intelligenzblätter.

Im Auslande hatte man schon früher als in Deutschland ein vollendeteres Mittel für den privaten Nachrichtenverkehr gefunden, soweit er sich auf persönliche Gesuche an die Öffentlichkeit und auf die Regelung von Angebot und Nachfrage bezog. Schon Montaignes Vater, der 1569 starb, hatte einen Vorschlag zur Errichtung eines „Adreß-Comptoir" in Paris gemacht. Der berühmte Verfasser der „Essais" erzählt dies mit den Worten:

Digitized by Google

„Mein verſtorbener Vater hat immer gewünſcht, daß es in den größeren Städten einen beſtimmten Ort geben ſollte, zu welchem diejenigen, welche etwas brauchen, ſich begeben könnten, um durch einen eigens zu dieſem Zwecke angeſtellten Beamten ihre Angelegenheit regiſtrieren zu laſſen, wie „ich ſuche Perlen zu kaufen“; „ich ſuche Perlen zu verkaufen;“ der ſucht Reiſebegleitung nach Paris; jener ſucht einen Diener, der ſo und ſo ſein muß; ein anderer einen Lehrer; wieder ein anderer einen Arbeiter; der das, der jenes, jeder nach ſeinem Bedürfnis. Und es will ſcheinen, daß dieſes Mittel der gegenſeitigen Benachrichtigung dem ganzen Handel eine große Erleichterung bringen würde . . . .“ Eine Verwirklichung fand dieſer Vorſchlag jedoch erſt, als ein findiger Kopf, namens Theophraſte Renaudot, ſeines Zeichens ein Arzt, ſich Montaignes Idee zu Nutze machte und 1612 ein „bureau d'adresse et de rencontre“ errichten wollte, das als „un centre d'information et de publicité“ dienen ſollte; doch erſt 1630 trat dasſelbe voll in Wirkſamkeit. In ſeinem öffentlichen Büreau waren Liſten ausgelegt, in denen jedermann ſein Anliegen oder ſeine Offerte einſchreiben konnte. Doch war es zum Funktionieren dieſes Adreßbüreaus immer noch nötig, daß ſich die Intereſſenten zu der Auskunfsſtelle perſönlich hinbegeben mußten. Renaudot kam bald auf den naheliegenden Gedanken, ſeine Liſten durch Druck zu vervielfältigen und ſo mobil zu machen. Er gab ſeit 1633 ſeine „Feuilles du bureau d'adresse“ heraus, die folgende Rubriken enthielten: Terres seignieuriales à vendre. — Maisons en roture à vendre aux champs. — Maisons à Paris à vendre. — Maisons à Paris à donner à loger. — Rentes à vendre. — Bénéfice à permiter. — Offices à vendre. — Offices, qu'on demande à âcheter. — Meubles à vendre. — Affaires meslées. Der Schlußſatz: „A Paris, du bureau d'adresse, rue de la Calendre, au Grand Coq, ce 15 février 1633. Avec privilège“ gab Ort und Zeit des Erſcheinens an. Renaudots Inſtitut ging ſcheinbar nach ſeinem Tode ein. Es entſtanden jedoch während

Digitized by Google

des 18. Jahrhunderts immer wieder „Adreß-Comptoirs", so daß es sich erklären läßt, wenn Hatin bis 1762 „nicht einen Schatten von Annonce" in den politischen französischen Blättern entdecken kann. Die von diesen „Adreß-Comptoirs" herausgegebenen Anzeiger sind dann, als sie in Deutschland später aufkamen, Intelligenzblätter genannt worden.

In England war die Entwicklung des Zeitungswesens eine ungestörtere und darum auch lebhaftere, als in dem Konglomerat der deutschen Kleinstaaten. Auch im Inseratenwesen ist uns dieses Land, wie auf so vielen Gebieten in der Entwicklung um mehrere Generationen voraus. Als eine der ältesten Zeitungen Englands ist wohl der „Intelligencer" des Jones Innys anzusehen, welchen derselbe seit 1637 in London herausgab. Er wird von Beckmann [1]) als Intelligenzblatt im Sinne der späteren Intelligenzblätter in Deutschland bezeichnet. Es scheint aber das Intelligenzblattwesen in England sich nicht haben halten können, denn die späteren politischen Zeitungen des 17. Jahrhunderts bringen alle schon ziemlich viele Annoncen; die Versuche, reine Anzeigeblätter zu gründen, mißlangen und seit Beginn des 18. Jahrhunderts gewann das Annoncieren in den Tageszeitungen große Ausdehnung, eine Erscheinung, die bei uns in Deutschland erst etwa 100 Jahre später eintritt.

Das Bedürfnis, mit dem oben geschilderten mittelalterlichen Anzeigewesen zu brechen, wurde in Deutschland zuerst an einem Orte gefühlt, der lebhaften Verkehr namentlich mit England hatte, nämlich in Hamburg. Dort gab schon 1673 Thomas von Wieringen einen „Relations Courier" heraus, dem offenbar die englischen Blätter zum Muster gedient hatten. Es war dieser „Relations Courier" kein ausgesprochenes Intelligenzblatt nach Art von Renaudots „feuilles du bureau d'adresse", sondern entsprechend den englischen Vorbildern hatte er politischen Text, in weitem

[1]) Beckmann, Geschichte der Erfindungen.

Digitized by Google

Maße allerdings auch Anzeigen. Er erschien viermal wöchentlich und brachte Nachrichten von „Kauffen und Verkauffen“, und nicht nur Inserate aus Hamburg, sondern er erhielt auch von fremden Orten viele Dinge zur Bekanntmachung zugesandt. Die zahlreichen Annoncen, die sogenannten „Notifikationen“ oder „Avertissements“ machten oft die Hälfte des Blattes aus. Später erschien er unter verändertem Titel als „Wieringsche“ Zeitung bis 1813. Man kann diesen „Relations Courier“ nicht zu den eigentlichen Intelligenzblättern zählen und er ist an dieser Stelle nur zu erwähnen, weil er die erste Zeitung auf deutschem Boden ist, die Inserate in größerer Anzahl brachte. Er ist vielmehr als eine frühgeborene, moderne Zeitung zu betrachten, die sich eben nur speziell in Hamburg unter englischem Einfluß entwickeln konnte.

Im übrigen Deutschland war die weitere Entwicklung mehr analog der französischen. Wir haben gesehen, daß nur an wenigen Orten, nicht einmal in allen größeren Residenzen, ein politisches Blatt aufkommen konnte, nicht zum letzten auch gerade wegen der vielen Residenzen, die eigentlich alle als Brennpunkte des politischen Lebens in dem von ihnen aus regierten Lande eine politische Zeitung benötigt hätten. Die Zeitungen damaliger Zeit brauchten aber einen Abonnentenkreis, der bei den hohen Abonnementspreisen die engen Landesgrenzen weit hätte überschreiten müssen, um zu genügen; so konnte unmöglich in jeder kleinen Residenz ein Blatt existieren. Da nun doch die fortschreitende Kulturentwicklung auch ein zeitgemäßeres Anzeigewesen erforderte, so verfiel man überall, in großen und kleinen Städten, auf die Einrichtung der Adreß-Büreaus nach französischem Muster; man glaubte ihnen in Deutschland meist den deutscheren Namen „Intelligenz-Comptoir“ beilegen zu müssen. Auch die Städte, welche ein verhältnismäßig blühendes Zeitungswesen schon hatten, bedurften bei den für die breitere Menge unerschwinglichen Preisen der politischen Zeitungen der Intelligenz-Comptoire und der von

Digitized by Google

ihnen herausgegebenen Blätter. Schon W. von Schröter riet in seiner „Fürstlichen Schatz- und Rentkammer" (Kap. 98) im Jahre 1686 zur Einrichtung eines Intelligenz-Comptoirs, womit ein Intelligenzblatt verbunden sein sollte. Doch erst etwa seit Beginn der 20er Jahre des 18. Jahrhunderts wurde das Intelligenzwesen in Deutschland eingeführt. Man muß sagen eingeführt, denn der Gründer des ersten, heute noch — mit wesentlich verändertem Charakter allerdings — bestehenden Intelligenzblattes der Stadt Frankfurt a. M. bezog sich in dem Berichte, den er vor seiner Privilegierung an den Rat richtete, auf das Bestehen einer „office d'intelligence" im Auslande, in Paris sowohl wie in London. Am 5. Januar 1722 erschien die erste Nummer des Frankfurter Intelligenzblattes. In Preußen wurde das Intelligenzwesen ebenfalls direkt eingeführt und zwar durch eine Kabinettsordre Friedrich Wilhelms I. vom 6. Januar 1727. Neben diesem Berliner Intelligenzblatt von 1727 wurden im Laufe der Zeit auch in den Provinzen Intelligenzblätter eingeführt, so in Halle seit 1732, in Königsberg, Marienweder, Danzig, Stettin, Magdeburg, Minden und Duisburg. Weitere Intelligenzblätter entstanden in Basel 1728, in Dresden 1730, in Weimar 1734, in Braunschweig 1745, in Schwerin 1749, in Hannover 1750, in Leipzig 1763 und in Dillenburg 1773. In der preußischen Monarchie entstanden selbst im 19. Jahrhundert noch Intelligenzblätter, was mit den dortigen eigentümlichen Verhältnissen zusammenhängt.

Dem Einführungsdekret vom 6. Januar folgte bald ein zweites, welches für die neu eingerichteten Adreß-Comptoirs und die von ihnen herausgegebenen Intelligenzblätter den Insertionszwang einführte. Alle Anzeigen von „zu verkaufenden, zu vermietenden, verleihenden Sachen" mußten in die Intelligenzblätter inseriert werden. Für die politischen Blätter blieben auch noch nach einer Kabinettsordre vom 27. Juni 1826 „die politischen Artikel, die gelehrten Aufsätze, Rezensionen und Inhaltsanzeigen

Digitized by Google

von Büchern" allein übrig. Die Einnahmen, welche der preußische Staat auf diese Weise erzielte, fanden bei der geringen Entwicklung der Finanzverwaltung damaliger Zeit eine ganz bestimmte Verwendung. Wie man überhaupt einzelnen Staatsinstituten zur Bestreitung ihrer Kosten bestimmte staatliche Einnahmequellen zu überweisen liebte, so wurden die Einkünfte aus dem Intelligenzwesen dem ungefähr gleichzeitig gegründeten Militärwaisenhaus in Potsdam überwiesen. Erst am 1. Januar 1850 hörte dies unzeitgemäße Verhältnis auf. Wir kommen darauf später noch einmal zurück. Eine ähnliche Erscheinung[1]) sei hier noch erwähnt. Am Ende des 18. Jahrhunderts erschienen in Mainz das „Mainzische Intelligenzblatt" und die politische „Mainzer Zeitung", welche beide laut kurfürstlichem Privileg vom St. Rochusspital herausgegeben wurden; der Reinertrag sollte als Unterstützung für die Armen des Spitals dienen.

Im übrigen Deutschland erfolgte die Gründung solcher Intelligenzblätter als private Unternehmung. Als solche hatten sie allerdings obrigkeitliche Erlaubnis nötig und wurden von den städtischen oder staatlichen Aufsichtsorganen unter scharfe Kontrolle genommen. Um die neuen Unternehmungen gegen Konkurrenz und Nachdruck innerhalb der Verlagsorte sicherzustellen, wurde von den Unternehmern gewöhnlich ein Privileg erbeten und erlangt. Für das Frankfurter Intelligenzblatt erhielt der erste Besitzer Heinscheidt am 20. Januar 1722 vom Senate ein Privileg auf 12 Jahre, von Kaiser Karl VI. am 3. Februar 1722 dazu das außerdem nötige, kaiserliche Druckprivilegium, welches von 10 zu 10 Jahren zu erneuern war. Nachdem das Blatt verschiedenfach seinen Besitzer gewechselt, ging es im April 1743 in den Besitz des Johann David Jung über, in dessen Familie es bis heute verblieben ist. Das Privilegium wurde bis 1848 immer erneuert. Ende 1848 erlosch es; doch bedurfte es zur Fortführung des Unternehmens jetzt keines Privilegs mehr.

[1]) Quetsch, Geschichte des Verkehrswesens am Mittelrhein.

Digitized by Google

In Sachsen brachte ein eigenartiges Verhältnis im Zeitungswesen die Frage der Einrichtung von Intelligenzblättern in Fluß. Die „Leipziger Zeitung" besaß dort bis 1830 allein das Vorrecht, politische Nachrichten berichten zu dürfen; da infolge dessen sich andere Zeitungen kaum entwickeln konnten, führte der Mangel eines zeitgemäßen Publikationsorgans im Jahre 1730 dazu, daß fast gleichmäßig zwei Unternehmer bittweise um Verleihung von Privilegien zu wöchentlicher Herausgabe „gedruckter Frage und Anzeige-Zettel" unter gleichzeitiger Errichtung eines „vollkommenen Frag- und Nachricht-Amtes" in der Residenzstadt Dresden einkamen. Nachdem Kurfürst August ein Gutachten des Dresdener Rates eingefordert hatte, wurde durch kurfürstliches Reskript vom 19. September 1730 den beiden Bittstellern, Crell und Hilscher das Privileg erteilt. Hilscher war der Erlaubnis so sicher gewesen, daß er bereits seit dem 1. September 1730 seinen Anzeiger erscheinen ließ. Sein Unternehmen ging auch vorwärts, das seines Konkurrenten Crell gelangte gar nicht zur Geltung.

Über den Inhalt und die Anordnung des Stoffes der Intelligenzblätter unterrichtet das kurfürstliche Reskript[1]) vom 19. September. Es heißt da:

„Wie wir nun geschehen lassen können, daß sowohl er-
„meldeter Crell als auch Hilscher dergleichen gedruckte Frag-
„und Anzeige Zeddel, so iedoch iederzeit von Euch[2]) vorhero
„durchsehen und censiret, darvon auch allemahl Zweene Exem-
„plaria zu Unserer Landesregierung und Zweene zu Unserm
„Ober-Consistorio, von euch eingesendet werden sollen, drucken
„und verkauffen lassen mögen, Hiernechst es auch bei eurem
„unmaasgeblichen Vorschlage wegen Passirung derer, in dem,
„in denen hierbey zurückkommenden Actis fol. 10 übergebenen

[1]) Aus dem Jubiläumsblatt des „Dresdener Anzeiger" vom 1. September 1880.

[2]) Das Schreiben ist an den Rat zu Dresden gerichtet.

Digitized by Google

„Projecte enthaltenen Capitul alß: 1, 2, 3, 8, 12, 13, 18, 21
„(die von Miethen und Vermiethen, Pachten und Verpachten,
„Ausleihung auf Consense und Wechsel, Kauffen und Verkauffen
„unbeweglicher Güter, neuen Büchern, neuen Inventionen und
„Künsten, neu publicirten Mandaten und Verordnungen, so-
„wie von Kauffen und Verkauffen) bewenden lassen, Wie in-
„gleichen bei den Capiteln 4, 5, 6, 15, 17, 20 (Ausleihung
„auf Pfänder, von Gesinde und Bedienten, Ankunft und Ab-
„gang der Frachtwagen, Landkutschen und Schiffe, Subhastations-
„terminen, neu ankommenden Medicis und andern Künstlern,
„sowie Kundmachung verlorener Sachen) und solche ebenfallß
„in besagte Zeddel mit inseriren zu lassen, kein erhebliches
„Bedenken zu finden, hingegen aber das 7. Capitel von An-
„kunfft und Abgang Vornehmer Personen, ferner das 9. von
„allerhand Markt Taxen des Getreydes und übriger Viktualien,
„das 10. von denen Toden- Tauff- und Trauungszeddeln,
„Weiter das 14. vom Verspielen allerhand Sachen, das 16.
„von neuen Aembtern und Ehrenstellen, Nicht weniger das 19.
„von Offerten und Wetten, Wie auch das 22. Von allerhand
„Neuigkeit oder Nouvellen daraus gäntzlich weggelassen wissen
„wollen. Also ist hiermit Unser Begehr, ihr wollet sowohl
„zu dessen genauer Beobachtung das nötige behörig verfügen,
„e. t. c., Welches alles Wir euch hiedurch zur resolution nicht
„bergen wollen, Und geschieht davon Unsere Meinung."

Da Hilscher schon vor dem Eintreffen des Privilegs mit der Herausgabe seines Blattes begonnen hatte, finden wir in der ersten Nummer trotzdem unter die verbotenen „Capitul" gehörige Nachrichten. Auch später druckte Hilscher ungeachtet des kurfürstlichen Reskripts und der ernstlichen Bedeutung des Rates wiederholt kirchliche und andere verbotene Nachrichten ab. Namentlich die Küster sahen in den öffentlichen Bekanntmachungen von „denen Toden- Tauff- und Trauungszeddeln" eine Beeinträch-

Digitized by Google

tigung der ihnen zuständigen „Accidentien“. Daher war auch das Verbot erfolgt.

Das Verbot der Publikation von „neuen Aembtern und Ehrenstellen“ scheint sich aus dem amtlichen Charakter der so sehr begünstigten Leipziger Zeitung zu erklären, der man durch den Vorbehalt dieser Nachrichten noch mehr Interesse zuführen wollte. In anderen Städten machte gerade die Veröffentlichung der stattgefundenen Wahlen, der Ämterbesetzungen einen Hauptteil der Intelligenz- oder wie sie vielerorts genannt wurden: Avisblätter aus, und gab ihnen vielfach einen offiziösen Charakter, so z. B. das Kurbayerische Münchner Intelligenzblatt, das von 1766—1824 erschien, dessen erster und dritter Artikel sich mit kurfürstlichen Verordnungen und der Mitteilung „hoher Beförderungen“ befaßt. Dies Blatt fällt allerdings in eine Zeit, wo sich der Charakter der Intelligenzblätter als reine Inseraten- und höchstens lokaler Nachrichtenblätter schon zu verwischen begann.

Die in Sachsen eigentlich verbotenen Nachrichten über die innerhalb eines bestimmten Zeitraumes Verstorbenen, Getauften und ehelich Kopulierten sind auch sonst überall zu finden, zuweilen, wie in Basel unter dem Titel „Stadtmerkwürdigkeiten“. Soweit sie regelmäßig und wie in Basel als Auszüge aus den Kirchenbüchern erschienen, dürften sie einen Beitrag zur Kenntnis der Bevölkerungsbewegung bilden. Im Laufe der Zeit erweiterten sich die „Stadtmerkwürdigkeiten“ auf die kleinen, lokalen Mitteilungen, die heute eine besondere Rubrik kleiner und größerer Zeitungen füllen, da ja die Avisblätter zunächst nur für den Stadtbezirk und seine nächste Umgebung bestimmt waren. Sehr regelmäßig erschien die Liste der Verschiebungen des Personenstandes im Frankfurter Intelligenzblatt. Wie in Sachsen den Widerstand der Küster, so rief auch hier die Veröffentlichung dieser Mitteilungen anfänglich große Aufregung und Opposition hervor. Man fühlte sich in seinen Familienangelegenheiten der Öffentlichkeit preisgegeben und es liefen von allen Seiten heftige

Digitized by Google

Proteste ein. Erst allmählich beruhigten sich die Geister. Seit 1750 erschien auch ein Verzeichnis der Eheaufgebote. Als Kuriosum mag aus der Liste der Getauften des Jahres 1749 in der Nummer vom 2. September erwähnt werden: „S. T. Herrn Joh. Caspar Goethe | Ihro Röm. Kayserl. Majestät | würklicher Rath | einen Sohn | Johann Wolfgang |." Wer von den damaligen Lesern der Nummer konnte ahnen, daß dieser kleine Erdenbürger, dessen Taufe achtlos unter vielen anderen angezeigt wurde, sich zu Deutschlands größtem Dichter und Denker entwickeln sollte!

Warum die sächsische Regierung die Mitteilung von „allerhand Markt-Taxen des Getreydes und übrige Viktualien" verbot, ist nicht recht ersichtlich. Sonst wurden die Lebensmittelpreise allerorts in den Intelligenzblättern mitgeteilt. Sie war dort, wo sie stattfand, wohl geeignet preisregulierend innerhalb des Stadtbezirkes zu wirken; heute bildet sie, wie überhaupt das Studium des Anzeigenteils alter Zeitungen, ein überaus wertvolles Material für die Preisgeschichte der Lebensmittel und die wirtschaftlichen Zustände überhaupt.

Eine Liste der durch die Stadtthore einpassierenden Fremden, die auch in Sachsen verboten war, erscheint sonst sehr bald. Wäre sie regelmäßig und vollständig erschienen, so hätten wir ein lebendiges Bild von dem Reiseverkehr damaliger Zeit und könnten uns rückschließend auch einen Begriff von der Bedeutung der alten Gasthöfe und der Art und Weise der Unterkunft der Reisenden machen, die vielfach in Privathäusern, bei Gastfreunden abstiegen.

Die bis jetzt berührten, von den Intelligenzblättern behandelten Gebiete haben eigentlich mehr den Charakter lokaler Nachrichtenvermittlung, als den eines Inserates nach unserer Begriffsbestimmung, das ein Bedürfnis hauptsächlich des Absenders befriedigt.

Inserate dieser Art finden sich in den Intelligenzblättern unter den Rubriken: „Zum Ausleihen", „zum Verkaufen", „zu ver-

Digitized by Google

mieten", „zu verpachten", „zu erborgen", „Dienste zu suchen", „Capitalia zu erborgen". Kaufgesuche finden sich, wie auch heute noch, seltener.

Wenden wir auf diese Masse des Stoffes unsere Klassifikation an, so gehören zu den Inseraten, welche Angebot und Nachfrage nach persönlichen Dingen befriedigen, die Rubriken: „Dienste zu suchen", „Bedienungen zu suchen", „Kost, Information und Bedienungen werden angetragen und begehrt", wie sie in den verschiedenen Blättern verschieden benannt werden.

Auffällig ist nun, daß sich unter diesen Rubriken niemals Stellengesuche oder Ausgebote von und nach gelernten Handwerkern und Industriearbeitern finden. Meistens sind es junge Leute, die ihre persönlichen Dienste als Diener, Kutscher, Handlungsdiener, Knechte oder Mägde anbieten. Gewöhnlich sind die Gesuche von auswärts oder auf andere Städte berechnet, da für die Stadtkinder Arbeitsnachweis und Arbeitsgelegenheit anders geregelt war, hauptsächlich durch persönliche Nachfrage und durch Empfehlung von Verwandten und Bekannten. Für die gelernten Handwerker war in den Zünften der Arbeitsnachweis organisiert und mit dem Herbergswesen eng verbunden, so daß der wandernde Handwerksbursche sich nur an den Altgesellen seines Handwerks in der betreffenden Herberge zu wenden hatte, um zu erfahren, ob in der betreffenden Stadt für ihn Arbeit zu finden war oder nicht. Auch hier bedurfte es also keines Zeitungsinserates. Es war den Avisblättern sogar direkt verboten, derartige Inserate zu bringen, denn einerseits sollte zunächst den Bürgern der Stadt Arbeit und Erwerb garantiert werden; nicht fremde Kräfte, die von auswärts kamen und Stellen suchten oder von einzelnen gewinn- und unternehmungslustigen Bürgern hereingezogen wurden, sollten durch ihre Konkurrenz den Bürgern das Brot schmälern. Andererseits wollte man die heimischen Kräfte der Stadt erhalten und sich die oft nur lokal entwickelten und daher eine Monopolstellung einnehmenden Industrieen nicht verpflanzen lassen, indem

Digitized by Google

Stadtangehörige durch lockende Angebote in den Zeitungen nach außen gezogen wurden. So hatte die Leipziger Zeitung 1764 — damals übrigens in politischen Zeitungen noch sehr selten — ein Avertissement gebracht, wonach Industriearbeiter für eine im Fuldaischen anzulegende Fabrik gesucht wurden. Ein höchst ungnädiger Erlaß [1]) der Regierung lautete daraufhin: „Wir haben mit besonderem Mißfallen wahrnehmen müssen, wie die Zeitungsexpedition zu Leipzig dem 2. Stück der 30. Wochen derer dasigen Zeitungen und außerdem noch zu verschiedenen Malen ein Avertissement, in welchem das Publicum zu denen Fabriquen, so man im Fuldaischen anzulegen Vorhabens ist durch allerley angebliche Vortheile invitiret wird, inseriren lassen. Da aber dergleichen Insinuationes zu einer sehr nachtheiligen Verleitung der Unterthanen und Fabricanten zum Wegziehen außerhalb Landes, wogegen wir bishero alle möglichen Vorkehrungen zu treffen bemüht gewesen, gereichen können, So begehren Wir, ihr wollet nicht nur ermeldeter Zeitungs-Expedition zu Leipzig solches nachdrücklich verweisen, sondern auch derselben die fernere Inserirung dergleichen schädlicher Nachrichten untersagen und sie, daß sie künftig dißfalls mehrere Behutsamkeit gebrauchen solle, ernstlich anweisen."

In diesem Falle sollten also die Arbeitskräfte innerhalb des Landes gehalten und nicht ins „Ausland", ins Fuldaische gelockt werden.

Unter den Dienstangeboten finden wir auch öfters solche von Schreib-, Zeichen-, Sprach- und Musiklehrern. Den Charakter all dieser Angebote mögen folgende Beispiele illustrieren:

„Ein junger Mensch,[2]) seiner Profession ein Barbier-
„geselle, bietet seine Dienste als Cammerdiener an, und
„ist erbötig es sey in loco allhier oder auf Reisen treue
„Dienste zu leisten."

[1]) von Witzleben, a. a. O. S. 46
[2]) Dresdener Anzeiger vom 1. September 1730.

Digitized by Google

oder

„Ein junger Pursch [1]) von 19 Jahren offeriret sich „einem Herrn treu zu dienen, weswegen er sich hier „angemeldet, desgleichen hat sich eine Persohn zu „Dienst eines Kutschers, Vorreithers oder Reit-Knecht „angegeben."

oder

„Eine Jungfer [2]) in der Schweiz, welche auf der „Citharr excelliret und in Zürich, Bern und Schaff- „hausen viele junge Herren und Töchter auf diesem „lieblichen Instrument unterwiesen, wollte sich in gleicher „Instruktion auch allhier offerirt haben und anhero „sich begeben, sobald eine gewisse Anzahl junger Leute „vorhanden wäre, welche von deroselben guten Wissen- „schaft profitiren wollen."

Zu den Inseraten, welche dem Zusammenführen von Angebot und Nachfrage nach Sachgütern dienen, dürften die Rubriken „zum Ausleihen", „zum Verkaufen", „zum vermiethen", „zum verpachten", „Capitalia zu erborgen" den Stoff liefern. Sie haben wirtschaftsgeschichtlich das größte Interesse, da sie über den Güterverkehr Aufschluß geben. Wir machen nun die Entdeckung, daß zu jener Zeit in dieser Rubrik meist alte, gebrauchte Gegenstände zu finden waren, bloß der Überschuß an wirtschaftlichen Gütern, die für den Inserenten entbehrlich geworden waren. Der Inserent will nicht Handel treiben, sondern nur seine für ihn persönlich wertlos gewordenen Güter ausnützen, vertauschen oder verkaufen. Dies führte in Basel sogar zu einem förmlichen Kommissionshandel des Avisblattherausgebers, indem die inserierten Güter auf seinem Büreau deponiert wurden. Die Redaktion des Basler Avisblattes gewann so das Aussehen einer Trödelbude. Später scheint der Inhaber sogar selbst mit Ge-

[1]) Dresdener Anzeiger vom 1. September 1730.

[2]) Mangold, das Basler Avisblatt (in den Basler Jahrbüchern 1897).

Digitized by Google

winnabsicht alte Gegenstände aufgekauft und sie in seinem Lokal zum Verkauf ausgestellt zu haben.

Anzeigen der Handwerker waren im Mittelalter und in größerem Umfange selbst bis in das 19. Jahrhundert hinein kaum möglich, was sich aus der ganzen, gebundenen Gewerbeverfassung jener Zeit erklärt. Der Grundsatz der Brüderlichkeit, der Gleichheit aller Zunftgenossen verbot es, daß ein Zünftler sich auf irgend eine Art mehr Arbeit, mehr Gewinn als seine Zunftgenossen verschaffte. Dazu kommt, daß innerhalb der einzelnen Stadtgebiete jeder Handwerker und auch jeder ansässige Händler seinen festen Kundenkreis hatte. Jedermann wußte, wo er in der Stadt seine Bedürfnisse am besten und billigsten befriedigen konnte; man muß nur immer an die oft lächerlich kleinen Verhältnisse von Städten denken, die damals eine Rolle spielten. Ein Konkurrenz von außen war kaum denkbar; Mauern trennten jede Stadt von der umliegenden Landschaft; nachts wurden die Thore geschlossen; selbst wenn man aber auswärtige Konkurrenz geduldet hätte und in den Zeitungen Reklame zugelassen hätte, so wäre auf einen erheblichen Erfolg solcher Inserate nicht zu rechnen gewesen; dazu lag das Transportwesen noch viel zu sehr im Argen und hätte von auswärts bezogene Produkte unverhältnismäßig verteuert. An neuen Produkten sind hauptsächlich Droguen, Heilmittel und neu erschienene Bücher zu finden. Verkaufsanzeigen von Immobilien finden sich schon sehr früh; es sind Häuser, Gasthöfe, Apotheken und ganze Güter, die auch von außerhalb her in den Intelligenzblättern ausgeschrieben werden. Seit der Mitte des 18. Jahrhunderts mehren sich die Anzeigen der Händler, namentlich solcher, die ausländische Produkte feilhielten, wie Südfrüchte, Gewürze, holländischen Tabak, Liqueure, Plüsch und seidene Strümpfe aus Frankreich. Eine Erklärung, daß sich um diese Zeit gerade solche Inserate finden, mag die sein, daß einmal ein Teil der Waren im Inlande überhaupt nicht oder nicht in so guter Qualität produziert wurde.

Digitized by Google

Andererseits war es gerade die Textilindustrie in Frankreich, welche zuerst fabrikmäßig oder hausindustriell betrieben, anfing, für den Export, für einen größeren Markt zu arbeiten. Die Inserate mögen daher von Händlern, welche um des Absatzes willen hausieren gingen, herrühren. Da es nicht Produkte der Stadt, sondern des Auslandes waren, so hatten die Zünfte und das Stadtregiment, besonders da sie in der Hauptsache nur zu Zeiten lebhaften Geschäftsganges, während der Meßzeit erschienen, keinen Anlaß einzuschreiten. Aus der ersten Nummer des Dresdener Anzeigers vom 1. September 1730 möge ein Inserat die Verbreitung und Eigenart der damaligen, kurpfuscherischen Heilmittel zeigen. Es heißt dort:

„Bey Herrn Johann Friedrich Keil, Materialisten in „Dreßden auf der Schloßgasse, ist in seinem Gewölbe in Com„mission zu finden:

1. „Herr Dr. Johann Benjamin Pomfels, Med. Pract. „Balsamum Cordiale, das Loth a 5 Gr. nebst ge„hörigem Unterricht.
2. „Balsamus Vitae oder Essentia Rorismarini Concen„trata, d. i. Lebens-Balsam oder Quint-Essenz, so „aus Roß-Marieen-Kraut und Blüthe zusammen ge„zogen zusambt dem Unterricht das Loth Gr.
3. „Herr Johann Georg Herlitzschens Bürgers von „Augspurg: 1. Englisches Hauptpulver, 2. Pulver „vor die Zahn-Schmertzen, 3. ein sympathetisch Pul„ver, 4. ein goldnes Lebenspulver, 4. Magen-Elixir, „5. ein Englisch Laxir nebst nöthiger Nachricht."

Sonstige Produktionsanzeigen, auf Mehrung des Absatzes berechnet, finden sich jedoch nicht. Erst am Ende des Jahrhunderts wagen sich Inserate dieser Art hervor. Gewöhnlich benutzte man schamhafterweise die Gelegenheit eines Wohnungswechsels, etwa wie heute die Ärzte und Rechtsanwälte, um sich in empfehlende Erinnerung zu bringen; selten kommt es vor,

Digitized by Google

daß jemand ohne weiteres zu einer gewerblichen Arbeit sich oder seine Produkte empfiehlt. Das erste Beispiel dieser Art in dem Frankfurter Intelligenzblatt findet sich in der Nummer vom 20. April 1790, wo ein gewisser Joh. Conrad Bansa mitteilt, daß er Uhrgehäuse und Etuis mit grüner Fischhaut und „Schildkrot" überziehe.

Angebot und Nachfrage nach Kapitalien befriedigte die Abteilung „Capitalia zu erborgen", manchmal auch „zu entlehnen gesucht" bezeichnet. Doch findet sich diese Rubrik verhältnismäßig seltener. In der bereits öfters erwähnten ersten Nummer des Dresdener Anzeigers sucht „ein gewisser von Adel auf sein allhier im Sächsischen liegendes Gut gegen Consens 3600 Thaler".

Nach unserer Klassifikation gehören zu den Inseraten, bei denen das Interesse lediglich auf seiten des Absenders liegt, die Familienanzeigen, die privaten Gesuche und Mitteilungen an die Öffentlichkeit. Erstere finden wir in den Intelligenzblättern des 18. Jahrhunderts überhaupt nicht. Sie sind mehr in den politischen Blättern zu Hause. Anzeigen von verlorenen Sachen dagegen finden sich entsprechend dem Charakter der Intelligenzblätter als lokaler Nachrichtenvermittlungsblätter von Anfang an. Sehen wir wiederum die Dresdener Anzeiger-Nummer durch, so finden wir unter „VIII. Verlohren" folgende Anzeige:

„Am 23. August ist Abends um 7 Uhr ein etwas starker „Mopß, eine Hündin verlohren worden, der Finder kann sich „in dem Hilscherischen Buchladen, wo dieser Anzeiger ausge„geben wird, anmelden, und dafür ein Recompens erwarten."

Also auch damals schon hatten Damen „etwas starke Möpse", die ab und zu abhanden kamen!

In größerer Menge aber beginnen sonstige private Mitteilungen an die Öffentlichkeit erst seit Beginn der 90er Jahre aufzutreten. Es sind gewöhnlich Anzeigen von Wohnungsveränderungen öffentlicher Personen wie Notare, Aktuare, auch Ärzte.

Das Gebiet der amtlichen Anzeigen ist bereits gestreift. Auch

Digitized by Google

im Frankfurter Intelligenzblatt fehlen dieselben anfangs, weil in der alten Kaiserstadt seit 1734 ein Staatskalender herausgegeben wurde, welcher die wichtigsten, amtlichen Verfügungen enthielt. Sein Titel lautet:

„Des heil. Röm. Reichs Freyen Wahl und Handels-
„Stadt Frankfurt am Mayn Allgemeiner Raths- und
„Stadtcalender auf das Jahr 1734, worinnen Alle
„Ehrenämter und Bedienungen, Taxa, Zoll, Rollen und
„Ordnungen, decreta publica, Gerichts-Ferien und alles
„Andere, so die Stadt Frankfurt betrifft, nebst denen
„jetzt lebenden Häußern von Europa, wie auch einen
„Judencalender befindlich. Mit Röm. Kaiserl. Majestät
„Allergnädigstem Privilegio.

„Frankfurt a. M. bey Franz Varrentrapp. 4°."

Mehr ephemere Nachrichten des Land-Amtes, des Casten-Amtes, Hospital-Amtes, Pfleg- und Pfandhaus-Amtes finden sich im Intelligenzblatt seit der Mitte des Jahrhunderts unter der Überschrift „Avertissement". Von Interesse dürfte es sein, daß sich in der Nummer vom 14. März 1760 eine vom Rat erlassene und vom Königslieutenant Graf Thorane (nicht Thorane) gegengezeichnete Verfügung abgedruckt findet, welche erlaubt, daß die Messe mit Genehmigung des Marschalls de Broglio stattfinden dürfe.

Die Basler Behörden benutzten von Anfang an das Basler Avisblatt zu Publikationen.

Auffällig sind die häufigen Lotterieanzeigen, welche wir als amtliche Anzeigen privaten Charakters bezeichnen können. Sie geben uns durch ihr massenhaftes Auftreten einen Begriff von der Spielwut des Volkes, worauf große und kleine Potentaten die Hoffnung setzten, ihre Finanzen zu verbessern.

Was Form und Zahl der Inserate betrifft, so treten sie im Gegensatz zu den heutigen ganz bescheiden auf. Von einer Technik und Kunst des Inserierens war noch keine Rede. Mit kleinen Lettern gedruckt, standen sie eng und bescheiden aneinander ge-

Digitized by Google

reiht, meist ohne trennenden Strich in ihren Rubriken, welch letztere allerdings gewöhnlich sehr scharf getrennt waren. Auffallend ist es, daß, wie überhaupt in Drucken jener Zeiten, die Fremdwörter auch in den Inseraten mit lateinischen Charakteren gedruckt sind. Wie auch heute noch, steigerte sich der Umfang der Intelligenzblätter als Inseratenblätter zu Zeiten besonders lebhaften Marktverkehres, namentlich wenn Messen die Umsätze erheblich steigerten. Die Nummer des Frankfurter Intelligenzblattes vom 19. April 1770 ist voll von Meßbudenanzeigen der Händler aus allen Orten, auch aus dem Auslande, namentlich aus Lothringen. Die eigentliche Nummer bleibt nur vier Seiten stark; sie wurde aber durch sogenannte „Extraordinaire"-Anhänge bis auf 20 zweispaltige Oktavseiten ergänzt. Erst um 1810 etwa beginnt man den Namen des Inserenten hervorzuheben. Auch Überschriften, wie Avertissement, die bisher bei Privatannoncen fehlten, werden häufiger.

Die äußere Entwicklung der Intelligenzblätter ist im Laufe des Jahrhunderts ihres Bestehens und bis ins 19. Jahrhundert hinein an verschiedenen Orten verschieden gewesen. Wir haben die eigentümlichen preußischen Verhältnisse schon berührt. Es war das Intelligenzwesen dort völlig ein staatliches Institut mit Insertionszwang. Das Bestreben der Regierung, aus den Intelligenzblättern eine möglichst ergiebige Geldquelle zu machen, ging sogar soweit, daß in Breslau z. B. laut Verfügung vom 29. September 1746 alle Inhaber von Gast- und Kaffeehäusern das Intelligenzblatt halten mußten. Ebenso war die Stadtobrigkeit gezwungen, alle Verkäufe u. s. w. dreimal in denselben zu veröffentlichen, widrigenfalls sie keine Gültigkeit haben sollten. Zur Verwaltung des neuen Instituts hatte man jedoch keine Zentralbehörde geschaffen, sondern dasselbe an die Postverwaltung angeschlossen, welche ihrem Anhängsel offenbar nicht die genügende Aufmerksamkeit schenkte. Das mit der Zeit immer stärker werdende Bedürfnis nach Organen des Geschäftsverkehres wurde vielfach

Digitized by Google

THE JOHN CRERAR LIBRARY

nicht rechtzeitig bemerkt und dann noch ungenügend befriedigt. Es war naturgemäß, daß sich nun Produzenten und Konsumenten zur weiteren und zweckdienlicheren Verbreitung ihrer Anzeigen, Gesuche u. s. w. an die Verleger der politischen Zeitungen mit dem Ersuchen um Aufnahme ihrer Anzeigen wandten. Die politischen Zeitungen hatten nämlich mit dem wachsenden Interesse des großen Publikums an Verbreitung erheblich gewonnen. Ein Inserat in diesen Zeitungen durfte also auf eine weit größere Verbreitung hoffen, als ein solches in den wenig verbreiteten, selbst für das lokale Bedürfnis kaum genügenden, staatlichen Intelligenzblättern. Willfahrten nun die Verleger der politischen Zeitungen den an sie gerichteten Bitten, so mußten sie ihre genau festgestellte Kompetenz überschreiten. Die Postverwaltung, welche zunächst Veranlassung gehabt hätte und amtlich befugt gewesen wäre, gegen diese Kompetenzüberschreitung aufzutreten, scheint geschwiegen zu haben, vermutlich, weil sie einsah, dieselbe durch eigene Nachlässigkeit herbeigeführt zu haben. Mehr privatrechtlich war die Verwaltung des Potsdamer Militär-Waisenhauses in dieser Angelegenheit interessiert. Sie hat ihr Interesse auch gewahrt, aber eben privatrechtlich. Um den finanziellen Ausfall, den das Übergreifen der politischen Blätter auf das Gebiet der Intelligenzblätter für die Einnahmen derselben nach sich zog, für die eigene Kasse unschädlich zu machen, schloß die Verwaltung einfach mit den in Frage stehenden politischen Blättern privatrechtliche Verträge ab, welche dem Waisenhaus die früheren Beträge sicherten. So kam das ganze Intelligenzwesen in den Geruch eines privatrechtlichen Monopols zu Gunsten des Militär-Waisenhauses und hatte in der Folgezeit alle die Angriffe mit auszuhalten, welche gegen die Gebundenheit des Individuums, des Grundbesitzes und des Gewerbebetriebes gerichtet wurden. Zuerst wurde im Jahre 1838 das in Breslau erscheinende schlesische Provinzial-Intelligenzblatt aufgehoben. Im Jahre 1845 dachte die Regierung daran, das Intelligenzwesen völlig

Digitized by Google

abzuschaffen; sie wollte jedoch den sich nun mit Inseratenwesen befassenden politischen Zeitungen noch immer eine Abgabe an das Militär-Waisenhaus auferlegen. Doch mit diesen Plänen hatte sie in den Provinziallandtagen wenig Glück, da man von irgend einer privatrechtlichen Bindung des Gewerbebetriebs überhaupt nichts mehr wissen wollte. So sah sich denn die Regierung veranlaßt, im Jahre 1849 den beiden Kammern des preußischen Landtages einen Entwurf vorzulegen, wonach der bisher zu Gunsten des Militär-Waisenhauses zu Potsdam bestehende Intelligenz-Insertionszwang mit dem 1. Januar 1850 gänzlich aufgehoben werden sollte. Zugleich sollte zu derselben Zeit überall die amtliche Ausgabe von Intelligenzblättern aufhören. Die Verwaltungskosten des Militär-Waisenhauses sollte der Staat übernehmen. Der Regierungsentwurf gelangte zur Annahme und seit 1850 hat sich das Inseratenwesen in Preußen frei von jedem staatlichen Zwange entwickelt.

In Sachsen war, wie gesagt, die Leipziger Zeitung allein befugt, politische Nachrichten aus dem Auslande zu bringen. Die anderen sächsischen Zeitungen durften dies nur mit Genehmigung der Redaktion der Leipziger Zeitung thun und waren somit auf lokale Nachrichten und Inserate allein beschränkt. Dies Verhältnis hörte erst 1830 auf. Schon seit 1814 hatte der Dresdener Anzeiger ab und zu politische Nachrichten gebracht, zum ersten Male in einem acht Spalten langen Artikel über den Einzug der Verbündeten in Paris in Nr. 68 vom 14. April 1814. Den specifischen Charakter des reinen Annoncenblattes hatte die Zeitung schon seit 1749 verloren, seitdem sie gelehrte Abhandlungen in ihr Programm aufgenommen hatte. Es vollzog sich nun nach 1830 immer mehr die Umwandlung des Anzeigers zu einem politischen Blatt mit mehr lokaler Bedeutung, eine Umwandlung, die für die übrigen deutschen Blätter — außer den preußischen — als typisch angesehen werden kann. Aus den kleinen Avisblättlein, die rein lokale Annoncen- und Nachrichten-

Digitized by Google

blätter waren, erweiterten sich die Intelligenzblätter, wie sie dann hießen, und brachten Aufsätze aus dem Gebiet der Wissenschaften, der Haus- und Landwirtschaft, mancherorts auch schön geistige „Sermone". So zerfiel z. B. das „Münchner Intelligenzblatt" (1766—1824) in zehn Artikel. Die Überschrift lautete: „Zu Diensten der bürgerlichen Handlung und des ökonomischen Gewerbes." Die zehn Artikel waren im Jahre 1783:

Art. I. Churfürstliche Verordnungen.
Art. II. Beförderung in Civil- und Militärdienst.
Art. III. Verkaufsanzeigen (Produkte, Häuser, Gärten, Gründe, bürgerliche Gerechtigkeiten).
Art. IV. In- und ausländische Waren; Frucht und Viktualienpreise; Münzerey, Mäßerey.
Art. V. Handlung und Manufaktur-Anstalten; Abhandlungen zur Ermunterung der Landesindustrie.
Art. VI. Policeynachrichten.
Art. VII. Haus- und Landwirtschaft. (Vorschläge, Erfahrung, Hausmittel).
Art. VIII. Litteratur. (Bücher, Preisfragen, Schulanstalten, Erfindungen).
Art. IX. Anekdoten. Naturbegebenheiten.
Art. X. Edictalcitation. Avertisen. Proclama.

Nie und nirgends aber waren während des ganzen 18. Jahrhunderts politische Nachrichten zu finden.

Als allmählich der Zug der Zeit freiheitlicher wurde, als die einzelnen Menschen aus dem engeren Kreis der Städte durch die sich mehrenden und bessernden Reise- und Transportgelegenheiten persönlich und geschäftlich mehr und mehr mit immer ferner gelegenen Orten in Beziehungen traten, da wollten sie auch ihre Nachrichten persönlicher und geschäftlicher Art weiter verbreitet wissen und benutzten nun, teils per nefas wie in Preußen, die weiter verbreiteten politischen Zeitungen. Die Zeit für die Intelligenzblätter mit ihrer geringen Verbreitung war

Digitized by Google

abgelaufen. Soweit die Verleger der Intelligenzblätter einsichtig genug waren, machten sie ihre Blätter durch Einbeziehung der bisher verpönten Politik in das Programm zeitgemäß, wie z. B. der Dresdener Anzeiger und das Intelligenzblatt der Stadt Frankfurt. Die anderen gingen ein, da ihnen die politischen Blätter das Mark — die Inserate — aus den Knochen sogen.

Diese Umwandlung setzte mit dem letzten Jahrzehnt des 18. Jahrhunderts ein und vollzog sich endgültig in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts.

Wenn man von der fehlenden Politik absieht, so kann man die Intelligenzblätter, namentlich in den ersten Jahrzehnten ihrer Entwicklung, etwa mit den kleinen heutigen Lokalblättchen vergleichen. Die wenigen, politischen Zeitungen von Bedeutung versorgten den verhältnismäßig noch geringen Interessentenkreis des 18. Jahrhunderts zur Genüge mit politischen Nachrichten.

Dem wirtschaftlichen, meist auch dem amtlichen Nachrichtenverkehr dagegen dienten die Intelligenzblätter, und zwar immer nur für den Verlagsort und dessen nächste Umgebung. Entsprechend den ganzen wirtschaftlichen Verhältnissen war der Einfluß der Intelligenzblätter auf die Produktion der Güter und auch auf die Preisgestaltung für dieselben, im Gegensatz zu dem Inseratenteil unserer heutigen Zeitungen, ein geringer. Schon mehr Bedeutung hatten sie für die Vermittlung von Arbeitskräften, namentlich von „nicht gelernten", für die Vermittlung von Wohnungen, für das Auffinden verlorener Gegenstände, für Kapitalanleihen und die Nachweisung von Reisegelegenheiten. Ihre Hauptbedeutung liegt jedoch in der Förderung des Handels mit gebrauchten Gegenständen; sie ermöglichten kleinen Leuten die Befriedigung mancher Bedürfnisse und verhinderten das nutzlose Zugrundegehen von Gütern, die immer noch einen Gebrauchswert, wenn auch nicht mehr für ihren ersten Besitzer hatten.

Der Stufe des Verkehrs jener Zeiten, denen die Intelligenzblätter dienten, genügten sie jedenfalls.

Digitized by Google

§ 6.

Das Inserat in den politischen Blättern des 18. Jahrhunderts.

Beim Durchblättern der politischen Zeitungen des 18. Jahrhunderts ist das Fehlen einer größeren Zahl von Annoncen das Auffälligste. Der Hauptgrund für diese Erscheinung ist zweifellos die Existenz der Intelligenzblätter und die bei der Entstehung der Intelligenzblätter schon besprochenen Gründe für ihr Aufkommen.

Ganz ohne Inserate sind jedoch auch die politischen Zeitungen nicht. Die Gründe hierfür sind mannigfaltiger Art und sollen bei Erwähnung der verschiedenen Arten von Inseraten besprochen werden.

Während des 17. Jahrhunderts kann man von Inseraten in den politischen Zeitungen eigentlich kaum reden; auch im 18. Jahrhundert entwickelte sich erst in den letzten Jahrzehnten ein wirklicher Inseratenteil. Die ersten Zeitungsanzeigen, die bis jetzt bekannt sind, hat Hjalmar Schacht[1]) in dem 4. Stück des Jahrganges 1665 der Berliner „Einkommende Ordinari Postzeitungen", einem längst verschollenen Blatt, gefunden; dort sind mehrfach kurze Anzeigen zu finden wie: „Hierbey werden einige relationes von dem Cometen umb 1 Groschen absonderlich verkauft." Sie stehen jedoch im 17. Jahrhundert ganz vereinzelt da. In der Leipziger Zeitung, welche seit 1660 ununterbrochen erscheint, tauchen solche litterarischen Anzeigen erst im Jahre 1700 auf und zwar in der Nummer vom 20. März. Sie werden in den nächsten Jahrzehnten allmählich immer zahlreicher und seit 1720 findet man beinahe in jeder einzelnen Nummer auf der letzten Seite irgend ein neues Buch angezeigt; meist sind es

[1]) H. Schacht, Die Entstehung der Zeitungsannonce (Beilage zur „Allgemeinen Zeitung" 1899. Nr. 12).

Digitized by Google

Werke historischen, theologischen und mystischen Inhalts und geben so ein interessantes Bild von der Geschmacksrichtung jener Zeit. Daß gerade Bücheranzeigen die ersten in politischen Zeitungen sind, liegt zum Teil darin, daß die Zeitungsleser auch ziemlich ausschließlich Interessenten für neue Erscheinungen auf dem Büchermarkt waren, zum Teil aber in der Eigenart des Produktes, das sie bekannt zu machen suchen. Für den lokalen Absatz am Erscheinungsort genügte meist die Auslage des einzelnen Buches oder sein Vertrieb durch Wanderhändler; der Verleger mußte aber noch weiteren Absatz suchen und diesen Absatz schnell suchen; denn zu einer Zeit, wo ein gesetzlich geschütztes Urheberrecht an Druckerzeugnissen noch nicht bestand, mußte man Sorge tragen, ein neues Buch möglichst rasch bekannt zu machen, da ein solches, wenn es Zugkraft hatte, bald allerorten nachgedruckt wurde. Selbst in Preußen war ja nach Einführung des Intelligenzwesens diese Art von Anzeigen offenbar im Interesse der Buchverleger ausdrücklich den politischen Zeitungen vorbehalten, die es schneller verbreiteten, als dies durch die Intelligenzblätter möglich gewesen wäre.

Die Benutzung der politischen Blätter für behördliche Verkündigungen war, wenn auch nicht überall gleich stark, ebenfalls durch die Intelligenzblätter eingeschränkt. In der so sehr begünstigten Leipziger Zeitung finden wir amtliche Nachrichten seit dem Jahre 1745; sie brachten Militäravancements zur Kenntnis der Leser; Civildienstesnachrichten finden sich erst seit 1768. Seit der Mitte des Jahrhunderts erscheinen auch eine Art Steckbriefe, Nachforschungen von Amtswegen nach verschwundenen Personen. Sie wurden übrigens öfters auch von Privaten, namentlich hinter entlaufenen Dienstboten her erlassen. Überhaupt benutzte man die politischen Zeitungen, wenn es sich um Regierungsverfügungen für ein ganzes Territorium oder um Erlasse von Stadtbehörden handelte, welche Außenstehende betrafen. So zeigte die Behörde der Stadt Frankfurt im August 1745

Digitized by Google

im „Journal“ an, daß wegen der Viehseuchen umher die Stadtthore für Vieh und Viehhäute gesperrt seien.

Die Lotterieanzeigen, welche wir auch in den Intelligenzblättern in so großer Anzahl fanden, treffen wir hier verhältnismäßig noch zahlreicher an. Wie bereits erwähnt, suchte jeder der 300 Duodezfürsten des Heiligen Römischen Reiches dergestalt seine Finanzen ins Gleichgewicht zu bringen, und so findet man neben Kur-Kölnischen, Kur-Bayerischen und Holländischen Staatslotterieen auch Lotterieanzeigen der Grafen von Dhaun und Kyburg, der Fürsten von Corvey, von Stollberg, Fürstlich Augsburgisch-Dillingensche, Fürstlich Burg-Gelnhausensche, Herzoglich Würtembergische und Gräflich Grumbachische. Nicht nur Geld wurde so ausgespielt, sondern auch z. B. Juwelen und Flachs. Für erstere war dies wohl eine lukrative, aber nicht gerade diskrete Versilberungsart. Die weitere Verbreitung der politischen Blätter sicherte auch ihnen dort größeren Erfolg.

Anzeigen, welche sich auf den Verkehr mit beweglichen Gütern beziehen, kommen bis in die 60er Jahre des Jahrhunderts gar nicht vor, selten solche von unbeweglichen Gütern. Im Jahrgang 1730 der Frankfurter „Journal“ findet sich eine Gerberei in Cassel zum Verkauf ausgeschrieben; es dürfte diese eine der ersten Annoncen dieser Kategorie sein. Findet sich sonst ab und zu ein ähnliches Inserat, so bezieht es sich immer auf auswärtige Güter. Immobilien fanden eben nicht so leicht einen Abnehmer, und man mußte einen größeren und kaufkräftigeren Interessenkreis benachrichtigen, den eben die Leser der politischen Zeitungen im Gegensatz zu denen der lokalen Intelligenzblätter darstellten.

Erst seit den 60er Jahren finden sich im Frankfurter „Journal“ ab und zu Nachrichten fremder Händler, welche wertvollere Produkte oder Rohstoffe importiert haben und mit ihren Annoncen auch auf anderes, als Frankfurter Publikum rechneten, das zur Meßzeit in der alten Kaiserstadt zusammenströmte. Von einheimischen Gewerbetreibenden und Händlern finden sich jedoch

Digitized by Google

nur ganz selten kleine Notizen; wir müßten denn Anzeigen von reisenden Ärzten, mehr Kurpfuschern und Charlatans, und die Publikation von Konzerten und Theatern als Anzeigen betrachten, die von einem Gewerbebetrieb ausgehen. Sie allerdings finden sich, erstere schon früher, letztere in den letzten Jahrzehnten ziemlich häufig.

Inhaltlich bleibt es während des ganzen Jahrhunderts in der Hauptsache bei Bücheranzeigen, Lotterieinseraten und amtlichen Nachrichten. Seit dem letzten Jahrzehnt schließen sich daran die Familiennachrichten, welche, namentlich anfangs, fast ausschließlich in politischen Blättern vorkommen, denn nur die auswärtigen Bekannten und Freunde der Familie sollten auf diesem Wege benachrichtigt werden. Für den Wohnort besorgte dies dem Brauch der meisten Gegenden gemäß ein Diener oder auch der Küster. So erschienen mit dem Jahre 1790 in der Leipziger Zeitung Todesanzeigen als die ersten; sie überwiegen überhaupt wie auch heute noch die Vermählungsanzeigen, die seit 1794 und die Geburtsanzeigen, die seit 1795 auftreten. In den geschraubtesten Wendungen verbitten sich die Todesanzeigen namentlich die Bezeugung jeglichen Beileids. Wunderlich muten uns die öfters beigefügten Lobeserhebungen der Verstorbenen an, wie: „Die Menschheit hat eines ihrer edelsten Mitglieder verloren" u. a. m. Als ein Beispiel der Überschwenglichkeit des Stils sei noch eine Todesanzeige[1]) angeführt, in der ein Vater den Tod seines Knaben, der „in engelreiner Unschuld umherhüpfte," anzeigte und zugleich der Hoffnung Ausdruck gab, „daß der Geist durch zurückgebliebene Blattern zu jenem Lichtmeer emporstieg, welches uns auf Billionen Meilen mit Flammenschrift von des Unsterblichen Hand Unsterblichkeit zusichert." Was der Mann sich dabei wohl gedacht hat?

Verlobungsanzeigen kommen erst seit 1816 vor. Die erste

[1]) Schlesische Zeitung von 1799 Nr. 168.

Digitized by Google

Heiratsannonce, die wohl in deutschen Blättern erschienen ist, steht im „Hamburgischen Correspondenten“ vom 23. März 1792. Sie ist ungeheuer schwülstig und sucht das Betreten dieses damals noch ungewöhnlichen Weges durch den Hinweis zu entschuldigen, daß dergleichen in England schon lange geschehe. In der Folgezeit kommen ähnliche Inserate schon häufiger vor, aber sie sind alle nicht mehr so ausführlich und weitschweifig wie diese erste Probe. Daß übrigens sehr bald aus der Heiratsvermittlung ein gewerbsmäßig betriebenes Geschäft gemacht wurde, erfahren wir aus einer Annonce in der „Allgemeinen Zeitung“ von 1801, die uns erkennen läßt, daß es damals schon ein Blatt unter dem sachgemäßen Titel eines „Allgemeinen Heiratstempel“ gab, welches ausschließlich Inserate über Heiratsgesuche und Offerten brachte.

In der äußeren Form der Inserate finden wir schon in den 20er Jahren zuweilen die Überschrift „Avertissement“. Etwa seit dem Jahre 1760 giebt man den Inseraten durch weitere Anordnung im Druck ein augenfälligeres Aussehen. Auch der Zahl nach mehren sich die Inserate. Seit den 40er Jahren finden wir schon beinahe in jeder Nummer ein oder mehrere Inserate. Sie beanspruchten aber lange Zeit höchstens eine Spalte der letzten Seiten. Im Frankfurter „Journal“ bringen sie schon um 1775 auf die dritte Seite der vierseitigen Nummer vor, in grellem Gegensatz zur Zeit des ersten Auftauchens der Bücheranzeigen, wo ab und zu ein „Avertissement“ auf der vierten Seite bescheiden sein Dasein als Fußnote fristete. Die Leipziger Zeitung war die erste, welche seit 1789 ausschließlich den Inseraten vorbehaltene Beilagen herauszugeben im stande war.

Überschlagen wir nun, was uns von den Inseraten in Zeitungen und Intelligenzblättern des vorigen Jahrhunderts bekannt ist, so erkennen wir, daß von einem Inseratenwesen eigentlich erst im 18. Jahrhundert die Rede sein kann. Wie man den Beginn des modernen Zeitungswesens etwa auf das Jahr 1600 setzen kann, als Johann Carolus anfing, in Straß-

Digitized by Google

burg seine Zeitung herauszugeben, so nimmt das Inseratenwesen etwa im Jahre 1700 seinen Anfang mit den Bücheranzeigen, die seitdem häufiger in der Leipziger Zeitung erschienen. Obwohl der Einfluß, den der Inseratenteil unserer heutigen Zeitungen auf Produktion und Konsumtion als ein Organ des gesamten gewerblichen und persönlichen Nachrichtenaustausches ausübt, die Wirkung der Inserate in den Intelligenz- und politischen Zeitungen des 18. Jahrhunderts bei weitem übertrifft, so muß man doch anerkennen, daß diese Blätter doch dem wirtschaftlichen Verkehr ihrer Zeit vollauf dienten, indem die einen namentlich den lokalen Handel mit gebrauchten Gegenständen, die anderen die Publikation von Nachrichten beförderten, welche für einen größeren Leserkreis berechnet waren. Da zu ihrer Zeit ein Handelsverkehr, eine Industrie in unserem Sinne überhaupt sich noch nicht entwickelt hatte und auch noch nicht hatte entwickeln können, so muß man ihnen doch für ihre Zeit eine ähnliche Bedeutung zuschreiben, die wir heute unseren Zeitungsinseraten beimessen. Dazu kommt, daß namentlich die Intelligenzblätter für die Vermittlung von persönlichen Diensten, von Wohnungen, von Kapitalien, ferner für die Ermittlung verlorener Gegenstände nicht minder wertvoll waren.

Erst später, im 19. Jahrhundert, übernahmen es die Inserate als ihre vornehmste Aufgabe, den Gütertransport und die Warenproduktion so zu lenken, wie es die Nachfrage erheischt. Sie konnten das aber erst, nachdem unser ganzes Wirtschaftssystem und unsere politischen Verhältnisse sich so umgestaltet hatten, daß auch unsere moderne Zeitung des 19. Jahrhunderts sich entwickeln konnte, in der Luft der Gewerbefreiheit und ledig der Ketten der Zensur.

Digitized by Google

Dritter Abschnitt.

Das Inseratenwesen im 19. Jahrhundert.

§ 7.

Die Ausgestaltung des Inseratenwesens im 19. Jahrhundert.

Die bisherige Untersuchung hat, ausgenommen einige Exkursionen, die des thatsächlichen Zusammenhanges wegen nötig waren, etwa vor dem Beginn des 19. Jahrhunderts Halt gemacht. Natürlich nur „etwa", denn in der historischen Entwicklung des wirtschaftlichen Fortschritts giebt es bekanntlich keine festen Grenzen, sondern die einzelnen, schärfer hervortretenden Epochen werden immer von verhältnismäßig langen Übergangszeiten in einander übergeführt. Haben wir so im Vorigen gesehen, daß der Teil der Presse, welcher hauptsächlich wirtschaftliche Funktionen wahrnahm, nämlich die Intelligenzblätter noch bis tief ins 18. Jahrhundert hinein mehr oder minder auf der Stufe der im übrigen schon überwundenen Stadtwirtschaft, der Kundenproduktion, des direkten Austausches stand, so führt eine Übergangsperiode, die von den letzten Jahrzehnten des 18. Jahrhunderts beginnend, mindestens noch die ersten beiden Jahrzehnte des neuen Jahrhunderts umfaßte, die Funktion der Presse im Wirtschaftsleben auf die Stufe der Volkswirtschaft, der Warenproduktion, der Stufe des Güterumlaufes hinüber.

Die Gründe, welche diese Thatsachen ermöglichten, sind nun dieselben, welche eine außerordentliche Entwicklung der Presse überhaupt, nach Quantität und Qualität im 19. Jahrhundert herbeiführten. In dieser Zeit werden die Beziehungen der eigentlichen Zeitung zu den Inseraten enger und beide Teile wirken

Digitized by Google

wechselseitig aufeinander ein, indem das Gedeihen und Blühen des einen Teiles auch das Wachstum des anderen herbeiführt, so freilich, daß der Einfluß des Inseratenwesens im Laufe der Entwicklung immer mehr vorwiegt. Die äußere Entwicklung der Presse und die des Inseratenwesens hängen wie zwei korrespondierende Röhren untereinander zusammen.

Der Übergang vom absolutistischen Polizeistaat zum modernen, konstitutionellen Rechtsstaat, der Übergang von der landwirtschaftlichen und gewerblichen Unfreiheit und Gebundenheit zu einer freieren, individualistischeren Entwicklung der Volkswirtschaft, der sich nach heißem Ringen im 19. Jahrhundert vollzog, er brachte auch einen ganz ungeheuren Fortschritt in der Entwicklung der Zeitungspresse mit sich. Die technischen Erfindungen des Jahrhunderts speziell auf dem Gebiete der Zeitungsproduktion ermöglichten es der Presse, einmal auf dem Niveau derselben angelangt, in demselben Tempo wie die gesamte Volkswirtschaft fortzuschreiten. Und diese stürmte förmlich vorwärts! Erfindungen wie Dampfschiff, Eisenbahn und Telegraph führten in ihren Anfangsstadien überhaupt erst die Ausbildung einer harmonischen Volkswirtschaft herbei. Im Zustande größerer Vollendung haben sie die Landesgrenzen gesprengt und sind im Begriff, eine Weltwirtschaft, eine Arbeitsteilung über den ganzen Erdball zu begründen und zu befestigen.

Rein äußerlich betrachtet kann man ein Anwachsen der Inserate in den politischen Blättern bei gleichzeitigem Zurücktreten der Intelligenzblätter etwa seit den letzten Jahrzehnten des 18. Jahrhunderts beobachten. Wir haben die Gründe für diese Erscheinung namentlich in dem immer lebhafter werdenden geistigen und materiellen Verkehr suchen zu müssen geglaubt. Die politischen Zeitungen fanden nun weitere, allgemeinere Verbreitung und damit nahm ihre Wirkungsfähigkeit als Publikationsmittel zu. Die Kriegszeiten, welche das letzte Jahrzehnt des alten und die ersten 15 Jahre des neuen Jahrhunderts erfüllten, hinderten

Digitized by Google

jedoch vorerst noch eine gedeihliche Entwicklung. Trotzdem ist auch während dieser schweren Zeit das Inseratenwesen langsam gewachsen. Nachdem nun der Alp, der so lange auf Europa gelastet hatte, entfernt war, ging die Entwicklung auf allen Gebieten rascher vorwärts. Die Neugestaltung der politischen Verhältnisse in Deutschland, die sicherer und konsolidierter geworden waren, ließ an sich schon den öffentlichen Verkehr größere Dimensionen annehmen, da viele der alten Zollschranken gefallen waren. Der Güterabsatz, der mehr und mehr zum Güterumlauf wurde und sich nun in steigendem Maße der Inserate bedienen mußte, steigerte die Zahl der Inserate von Jahr zu Jahr. Das Wachsen derselben läßt sich z. B. an der Leipziger Zeitung deutlich verfolgen. Die Bogenzahl der Insertionen stieg von 1820—1827 in folgender Weise:

1820	239	Bogen	1824	273	Bogen
1821	260	„	1825	283½	„
1822	252½	„	1826	284½	„
1823	256½	„	1827	329	„

Dies Anwachsen nahm überall in gleichem und noch schnellerem Tempo zu.

Viel früher war die gleiche Entwicklung in England vor sich gegangen. Dort lassen sich schon in den politischen Zeitungen des 17. Jahrhunderts zahlreiche Annoncen nachweisen. Die älteste englische Annonce stammt, nach dem Vicomte d'Avenel,[1]) aus dem Jahre 1660; sie befindet sich im „Mercurius Publicus", einer der ältesten englischen Zeitungen, und der sie einrücken ließ, war kein geringerer, als König Karl II.: der König bat um die Wiederbringung eines kleinen Hundes, der sich verlaufen hatte und versprach dem Wiederbringer eine anständige Belohnung. Mit dem Beginn des 18. Jahrhunderts hatte das System des Annoncierens in den englischen Tageszeitungen große

[1]) Vicomte d'Avenel, Aufsatz in der „Revue des deux mondes" 1901.

Digitized by Google

Ausdehnung[1]) gewonnen. Auch dort zeigt sich schon 100 Jahre früher die Erscheinung, daß namentlich die Provinzpresse erst durch das Inseratenwesen zu einer nennenswerten Bedeutung gekommen ist. Sampson[2]) schreibt: „Erst als das Inseratenwesen ein hervorragender Zweig der kaufmännischen Spekulation wurde, begann die Provinzpresse sich einigermaßen zu entfalten."

In Deutschland mußte erst das Bedenken des biederen Geschäftsmannes überwunden werden, der eine angeborene Abneigung gegen einen derartigen, ihm unnobel erscheinenden Wettbewerb in den Zeitungen hatte. Auch hat sich diese ganze Entwicklung in Deutschland langsamer vollzogen, wie in England, und ist eigentlich erst nach dem eminenten wirtschaftlichen Aufschwung infolge der Reichsgründung recht zum Durchbruch gekommen. Heute giebt der deutsche Geschäftsmann dem englischen an Findigkeit kaum mehr etwas nach; heute sieht auch der Inseratenteil unserer Zeitungen dem der englischen ähnlich. Zum Vergleich sei noch auf die analoge Entwicklung in Frankreich, überhaupt in den romanischen Ländern hingewiesen. Nehmen wir eine französische oder italienische Zeitung zur Hand, so fällt uns zu allererst die geringe Anzahl der in ihnen enthaltenen Inserate auf. Lebhafter als bei uns — und das mag mit der Lebensweise namentlich im Süden zusammenhängen — ist dagegen das Plakatwesen ausgebildet. Das Ladenschild war lange Zeit hindurch die einzige Mauerreklame; die Industrie der Maueranschläge entstand dann im 18. Jahrhundert. Von der Zeit kurz vor der Revolution wissen wir, daß es in Paris 40 Zettelankleber gab. „Sie sind gerade vierzig," schrieb ein französischer Schriftsteller mit beißender Ironie, „gleich den Mitgliedern der Akademie, und damit die Ähnlichkeit noch größer werde, kann kein „afficheur" angestellt werden, wenn er nicht lesen und schreiben kann." Die

[1]) James Grant, Newspaper press. London 1871.
[2]) Sampson, a history of advertising. London 1875.

Digitized by Google

Anzeige in den Zeitungen entwickelte sich, wie gesagt, nur sehr langsam und zwar deshalb, weil die Zeitungen noch selten waren und sich nur an eine verschwindend kleine Gruppe von Lesern wandten, da die Volksbildung, was namentlich für Italien zutrifft, einen erheblich geringeren Grad erreicht hatte, als in Deutschland. Ferner ist es heute noch hauptsächlich das langsamere Tempo der kapitalistischen Entwicklung, welche noch nicht so viel Stoff für Inserate hat hervorgehen lassen, wie in England und Deutschland.

In der Folge müssen die einzelnen Kategorien wieder unterschieden werden.

Den Löwenanteil haben natürlich die gewerblichen Inserate, die durch den Aufschwung, den Gewerbe und Industrie in unserem Jahrhundert genommen haben, bei weitem die Mehrzahl aller Inserate bilden. Es war die Gewerbefreiheit, welche in verschiedenen Etappen, allerdings auch Rückschlägen, seit 1808 in Preußen sich bis zum Jahre 1869 allmählich durchsetzte und auf allen Gebieten des Gewerbes und der Industrie ungeheure Umwälzungen hervorrief. Noch wichtiger aber war die ganze innere Umgestaltung des Handels, als durch Eisenbahnen, Dampfschiffe und Telegraphen die lokalen Wirtschaftskreise gesprengt wurden. Immer mehr Hände durchläuft seitdem ein fertiges Produkt, bis es endlich zum Konsumenten gelangt und nicht nur das fertige Produkt nimmt an dem Güterumlauf teil, sondern die zunehmende Arbeitsteilung bringt schon seine Rohstoffe und seine verschiedenen Stufen als Halbfabrikat in verschiedene Wirtschaften, die aus der weiteren Bearbeitung und der Weiterbeförderung in die Hände des Konsumenten ihren Gewinn ziehen. All diese Wirtschaften müssen sich bei der durch die Gewerbefreiheit hervorgerufenen freien Konkurrenz ihr Absatzgebiet erst suchen und sie thun dies vornehmlich durch das Zeitungsinserat, nachdem die politischen Zeitungen durch das gesteigerte Interesse des Publikums an öffentlichen Vorgängen ein großes Verbreitungsgebiet gewonnen

Digitized by Google

haben. Die schönen Zeiten, wo jedem Zunftgenossen ein zwar mageres, aber doch sicheres Brot garantiert war, sie waren vorüber. Jeder produzierte möglichst viel, um einen möglichst hohen Gewinn durch den gesteigerten Absatz zu erjagen und für die Produktion über den lokalen Bedarf hinaus mußte eben dieser Absatz erst gesucht werden. Diese Absicht brachte ein ganz neues Element in das Inseratenwesen; man veröffentlichte nicht nur gelegentlich das Feilstehen von Gütern wie früher etwa, sondern es kam nun System in das ganze Anzeigewesen; man fing an „Reklame" zu machen. Nicht nur in einem Blatte, in mehreren Blättern verschiedener Gegenden inserierte der Industrielle, um Absatz für seine Marktproduktion zu finden, inserierte der Händler, welcher den Vertrieb irgend eines Artikels für eine Gegend besorgte. Und nicht nur einmal, sondern in regelmäßigen, längeren oder kürzeren Fristen kehren jetzt Anzeigen über denselben Verkaufsgegenstand wieder. Wo sich ein günstiges Absatzgebiet zu eröffnen scheint, da wird die Bevölkerung mit Zeitungsanzeigen bearbeitet, um diesen Markt zu erobern. Ein Beispiel aus neuester Zeit! Japan hatte China niedergeworfen und stand im Begriffe, nachdem es politisch und militärisch zu einer Großmacht herangewachsen war, sich auch wirtschaftlich aufzuschwingen. Es galt nun für die deutsche Großindustrie dies Absatzgebiet für sich zu sichern; es mußte dazu den Japanern die Leistungsfähigkeit und Gediegenheit der deutschen Firmen bekannt gemacht werden. Sofort bildete sich ein Unternehmen, welches an die schwierige Arbeit herantrat, den Japanern die deutschen Produkte in ihrer eigenen Schrift und Sprache anzupreisen. Es wurde der „Deutsch-Japanische Industrieanzeiger" gegründet, der natürlich unter erschwerenden Umständen — von deutschen Setzern — in der Reichsdruckerei gedruckt wurde und dann nach Japan hinausging, um das gelbe Inselvolk mit Deutschlands Erzeugnissen bekannt zu machen.

Einen anderen großen Bruchteil der Zeitungsanzeigen ruft

Digitized by Google

heute der Arbeitsmarkt hervor. Früher haben wir gesehen, waren es gewöhnlich nur ungelernte Kräfte vom Lande, die sich mehr zu persönlichen Diensten anboten und zur Vermittelung solcher Dienste sich der Zeitungsanzeigen bedienten. Auch hier schufen Gewerbefreiheit und Freizügigkeit Wandel. Nach Aufhebung der Zünfte war der Einzelne vielmehr selbst auf das Suchen von Arbeitsgelegenheit angewiesen; wir begegnen daher im Laufe des 19. Jahrhunderts immer häufiger Stellengesuchen in den Zeitungen; neben der unqualifizierten Arbeit ist es jetzt im Gegensatz zu früher namentlich die qualifizierte Arbeit, welche sich anbietet.

Eine bedeutende Vermehrung haben auch die amtlichen Anzeigen erfahren, seitdem die Verhältnisse alle größer und die Staatsthätigkeit eine viel mehr Gebiete wie früher umfassende geworden ist. Diese Vermehrung hat vielerorts zur Gründung besonderer Amtsblätter geführt, speziell für staatliche Anzeigen. Da wo jedoch derartige Einrichtungen noch nicht getroffen sind, müssen Staat sowohl als auch kommunale Behörden in privaten Blättern annoncieren. Die Aufnahme erfolgt in kleineren Orten meist unentgeltlich; dafür erhalten die Blätter dann die Qualität als Amtsverkündiger. Da wo aber Staat und Kommunen die übliche Insertionsgebühr entrichten müssen, würde es für dieselben einen Vorteil bedeuten, wenn sie sich eigene Verkündigungsblätter schüfen. Die Stadt Stuttgart ist kürzlich in dieser Richtung vorgegangen und erspart durch Gründung eines gratis verteilten Annoncenblattes, das alle staatlichen und städtischen Anzeigen bringt, eine Summe von 14—16000 M., welche bisher in Lokalblättern für Insertionen verausgabt wurden. Die erste Auflage von 15000 Stück wurde bald auf 35—40000 erhöht und es steht zu erwarten, daß der Stadt durch die nun auch erfolgte Benutzung des Städtischen Amts- und Anzeigeblattes von seiten der privaten Inserenten statt hoher Ausgaben gute finanzielle Einnahmen erstehen werden. Gegenüber dem jetzigen Zustand, daß namentlich der politisch charakterlosen Inseraten-

Digitized by Google

presse der großen Städte die Hauptmasse der Inserate zuströmt, ist jedenfalls ein solches kommunales Inseratenmonopol für amtliche Anzeigen vorzuziehen, da es sehr bald auch private Anzeigen an sich zieht, wenn durch unentgeltliche Abgabe ein großer Leserkreis geschaffen wird und so den Gemeinden Einnahmen verschafft, die zu gemeinnützigen Zwecken dienen können, anstatt wie bisher zur Mästung eben jenes inseratenjägerischen Teiles der Presse.

An die amtlichen Inserate schließt sich die große Anzahl der Inserate an, die durch die vielen neuen und lebhafteren Beziehungen unter den Menschen in weiteren Gebieten hervorgerufen sind, ebenfalls infolge der freien Gewerbeverfassung, der aufgeblühten Industrie und der gegen früher fabelhaft verbesserten Transportmittel für Güter, Personen und Nachrichten.

Allen voran aber bleiben immer die Inserate, welche Angebot und Nachfrage nach Sachgütern regeln; sie haben unsere Zeitungspresse groß gezogen, da sie die überwältigend größte Menge der Annoncen bilden. Wie sich diese Entwicklung vollzog, daß die Inserate das Rückgrat und zum Teil überhaupt die Existenzbedingung der modernen Zeitungen wurden, soll jetzt eingehender gezeigt werden.

§ 8.

Die finanzielle Bedeutung des Inseratenwesens für die Zeitungen.

Aus den bescheidensten Anfängen hat sich, wie wir gesehen haben, das Inseratenwesen zu einem großen, weitverzweigten System entwickelt. Auf das aufblühende Zeitungswesen selbst hat das Inseratenwesen einen äußeren Einfluß ausgeübt, indem unsere Zeitungen jetzt seitenweise mit Inseraten bedeckt sind, unter deren Menge der Textteil oft zu verschwinden droht. Viel bedeutender und einflußreicher jedoch ist die innere Wandlung, welche dasselbe Inseratenwesen hier hervorgerufen hat. Um das

Digitized by Google

Ergebnis der ferneren Untersuchung mit den Worten Büchers gleich vorweg zu nehmen: „Früher verkaufte die Zeitung neue Nachrichten an ihre Leser und jetzt verkauft sie ihren Leserkreis an jedes zahlungsfähige Privatinteresse!“ Es wäre vielleicht noch hinzuzusetzen im Hinblick auf einen gewissen Teil der Presse: „indem sie Lesestoff gratis dreingiebt.“

Das ist in der That die folgenschwere Wandlung, welche in der Organisation des Zeitungswesens durch die Entwicklung des Inseratenteils vor sich gegangen ist.

In den ältesten Zeiten der Entwicklung unserer modernen Zeitungen konnte nur mit dem Abonnementsertrage gerechnet werden, denn die Geldquelle der Inserate war ja noch nicht erschlossen.

Den ältesten Einblick in die finanziellen Verhältnisse einer Zeitung gestattet wohl eine in den Akten der „Leipziger Zeitung“ [1]) vorgefundene Berechnung des ersten Inhabers Timotheus Rietzsch vom Jahre 1668. Danach betrug der Absatz damals 204 Exemplare, die zu dem Preise von je 10 Thalern jährlich abgegeben wurden. Dieser Einnahme von 2040 Thalern standen der Berechnung nach an Auslagen gegenüber:

Druck und Papierkosten . .	379 Thr.
Korrespondenzhonorare, Porto	300 „
Zeitungskanon	500 „
	1179 Thr.

Auffallend hoch sind die Korrespondenzhonorare; sie beweisen ein ziemlich hoch ausgebildetes Korrespondenzwesen, auf das die Zeitungen eben im großen und ganzen angewiesen waren. Als Geschäftsgewinn blieben nach der obigen Berechnung also günstigsten Falles 863 Thr. übrig. Selbst wenn wir die gänzlich veränderten Verhältnisse des Geldwertes in Betracht ziehen, so scheint uns jene Summe nicht gar übermäßig hoch. Das Hauptinteresse jedoch

[1]) v. Witzleben a. a. O.

Digitized by Google

erweckt hier die Thatsache, daß der Abonnementsertrag allein die Produktionskosten und den Unternehmergewinn, der hier wohl sich in den Grenzen des Unternehmerlohnes hielt, aufbringen mußte. Dies Verhältnis dauerte während des ganzen ersten Jahrhunderts des Bestehens der Zeitung und noch länger fort. Niemals wird in den Rechnungen der Zeitungsverleger und -Pächter von Einkünften aus Inseraten geredet; erst spät geschieht ihrer als ganz geringfügiger Nebeneinnahmen Erwähnung. Erst in den beiden letzten Jahrzehnten des 18. Jahrhunderts erreichen die Inserateneinkünfte nennenswertere Ziffern. Eine bestimmte Gebühr für Inserate gab es noch nicht; der Zeitungspächter hatte völlige Freiheit in der Festsetzung der Insertionsgebühr. Dieser „goldenen" Freiheit wurde am Ende des Jahrhunderts einigermaßen durch einen neuen Pachtkontrakt gesteuert, nach welchem der Pächter für die Inserierung der Avertissements von den Einsendern „billigmäßige Gebühr" zu fordern habe; die auf Befehl der kurfürstlichen Kollegien einzurückenden Offizialsachen seien unentgeltlich aufzunehmen; für Ediktalzitationen oder andere Avertissements aus den Bergämtern sollen nicht über 4 g. Gr. in Ansatz gebracht werden. Aus der letzten Bestimmung dürfte sich als „billigmäßiger" Preis für private Avertissements etwa 5—6 g. Gr. ergeben, da man doch jedenfalls den halbamtlichen Inseraten einen etwas billigeren Preis sichern wollte. In den nächsten Jahren scheinen sich die Inserate und daher auch die Einnahmen aus denselben vermöge der immer noch weitgehenden Freiheit der Pächter in Bezug auf die Gebührenerhebung bedeutend gesteigert zu haben; es scheint, als ob in diesen Jahren der Umschwung einzusetzen beginne. Es wurde im Jahre 1810 wieder ein Wechsel in der Person des Pächters benützt, um zunächst bei der offenkundigen, hohen Rentabilität der Zeitung die Pachtsumme auf 10000 Thr. zu erhöhen und genaue Bestimmungen über die Höhe der Insertionsgebühren zu treffen. Eine Abstufung der Preise trat insofern ein, als zwischen Avertisse-

Digitized by Google

ments unterschieden wurde, die über und solche die bis zu drei Zeilen lang waren; erstere kosteten 2 Gr. 6 Pf. per Zeile, letztere mindestens 6 und höchstens 8 Gr. Betrafen die Inserate den Luxus, so kosteten sie die doppelte Gebühr; auf diese Art war eine gelinde Besteuerung des Luxus herbeigeführt, wenn man auch vielleicht beim Abfassen dieser Bestimmung mehr an Steuerung gegenüber überhandnehmendem Luxus gedacht haben mag, als an eine Besteuerung des Luxus und der etwa inserierenden Luxusindustrieen zu Gunsten des Fiskus. Im Jahre 1818 betrug die Auflage der Zeitung 3400 Stück; man abonnierte für 6 Thr; das Abonnement brachte also 20400 Thr. ein; zieht man davon die Pachtsumme von 10000 Thr. ab, so könnte man es nicht verstehen, wie Witzleben berichten kann, daß der damalige Pächter Mahlmann ein notorisch reicher Mann durch die Zeitung geworden sei, wenn man nicht wüßte, daß damals schon mit etwa 8000 Thr. Ertrag aus Insertionsgebühren zu rechnen war. Dieser Ertrag stieg 1820 auf 9570 und von da bis 1827 auf 13180 Thr. Allerdings war auch das Pachtgeld unterdessen auf 16000 Thr. gestiegen. Man ersieht also, daß etwa in dem 2. Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts die Entwicklung dahin vollzogen ist, daß die Inserate die Quelle des Gewinnes für den Zeitungsunternehmer sind, während der Abonnementsertrag gerade die Produktionskosten deckt. Doch ist die Entwicklung noch weiter gegangen. Das ungeheure Anwachsen des Inseratenteiles und demgemäß des Gewinnes aus demselben hat dazu geführt, daß der Erlös aus dem Abonnement nur noch einen immer kleiner werdenden Bruchteil auch der Produktionskosten tragen hilft. Der im Laufe des Jahrhunderts riesig anwachsende Inseratenumsatz und der Gewinn aus demselben gewinnt derartig das Übergewicht, daß gerade bei den hauptsächlich zum Inserieren benutzten Blättern die Einnahme aus dem Abonnement nur noch als Nebeneinnahme figuriert, so sehr als Nebeneinnahmen, wie in der Mitte des 18. Jahrhunderts die Einnahmen

Digitized by Google

aus den Inseraten. Zur Illustration dieser Thatsache mag folgendes beitragen. Der Verlag [1]) der „Münchener Neuesten Nachrichten“ berechnet den täglichen Aufwand des Betriebes zur redaktionellen und technischen Herstellung des Blattes auf mehr als 7400 M. Da der vierteljährliche Abonnementspreis M. 2,50 beträgt, so nimmt die Zeitung täglich von jedem Exemplar der Auflage rund 2,75 Pfg. ein. Die Tageseinnahme für die gesamte Auflage von 95000 Stück beträgt also 2612,5 M. Es wird hier also etwa ein Drittel der Herstellungskosten durch das Abonnement gedeckt. Nun bleiben noch zwei Drittel und der nicht gering zu veranschlagende Geschäftsgewinn zur Aufbringung durch die Inserateneinnahmen übrig. Die Vermehrung der Einnahmen aus den Inseraten ist nun keineswegs der höheren Berechnung derselben zuzuschreiben; die Preise waren zuerst sehr roh; man erlegte für jedes Inserat eine Taxe, die verhältnismäßig gering war; eine Preisdifferenzierung trat nur bei solchen Inseraten ein, die abnorm groß waren. Théophraste Renaudot, jener Begründer des ersten Avisblattes in Paris nahm für das Einschreiben aller Arten von Offerten oder Bitten in seine Listen 3 Sous. Im Frankfurter Intelligenzblatt [2]) bezahlte in den ersten Zeiten jeder, „der etwas bekannt gemacht haben wollte“ und derjenige, „welcher nach etwas fragte“ die gleiche Taxe von 4 Kreuzern. Sie wurde bis in die 80er Jahre des Jahrhunderts beibehalten, bis der damalige Besitzer statt für das ganze Inserat, für jede Zeile 4 Kreuzer erhob. Den hierüber erhobenen Klagen gegenüber wandte man ein, daß die Taxe der beiden damals in Frankfurt existierenden politischen Zeitungen, des „Journal“ und des „Ristretto“ viel höher sei, indem sich diese Blätter für eine kurze — gespaltene — Zeile mindestens 3 Kreuzer,

[1]) Rückblicke und Erinnerungen, Festschrift zur Feier des 25jährigen Jubiläums der Firma Knorr und Hirth, herausgegeben vom Verlag der „Münchener Neuesten Nachrichten“.

[2]) Die Zahlen sind der kleinen Jubiläumsbroschüre von A. Dieß, „das Frankfurter Intelligenzblatt“ entnommen.

Digitized by Google

in einem Falle sogar 8 Kreuzer hätten zahlen lassen. Dieser Einwand scheint für stichhaltig angesehen worden zu sein, und es blieb bei dem eigenmächtig erhobenen und nun gewohnheitsrechtlich gewordenen Inseratenpreis von 4 Kreuzern per Zeile. Im Jahre 1829 wurde gelegentlich einer Neuprivilegierung die Annoncentaxe für die ganze Zeile auf 6, für die halbe Zeile auf 3 Kreuzer festgesetzt.

Auch bei dem „Dresdener Anzeiger" ist aus der ersten Zeit nichts Genaues über den Preis der Inserate bekannt. Eine Notiz von 1782 sagt hierüber nur: „wenn man etwas in dieses Blatt einrücken lassen will, so giebt man seine Note an das Adreß-Komptoir und bezahle dafür nach Maßgabe des längeren oder kürzeren Aufsatzes." Unterm 31. Dezember 1789 noch veröffentlichte das Comptoir: „das Einrücken einer Sache wird nach Verhältnis der Größe bezahlt; jedoch hat sich dabey jedermann die billigste Bedienung zu versprechen." Bestimmte Sätze finden sich hier erst im 19. Jahrhundert. Im Jahre 1811 wird die gewöhnliche Spaltzeile mit einem, größere Schrift mit 2 bis 3 Groschen berechnet; zur genaueren Definition einer Zeile wird 1814 bekannt gegeben, daß auf die Zeile durchschnittlich 13 Silben gerechnet werden. Im Jahre 1827 kosten Inserate bis zu 3 Zeilen den Minimalpreis von 4 Groschen; jede weitere Zeile wird mit einem Groschen bezahlt. Man sieht also, daß die Preise gegenüber den heutigen etwa dieselben sind, wenn man den höheren Geldwert in Betracht zieht.

Für die heutigen Verhältnisse hat Schacht[1]) den Durchschnittspreis für eine Annoncenzeile in Deutschland auf 14 Pfennige berechnet. Die Zahlen für die einzelnen Landesteile schwanken, abgesehen von den Ausnahmen der großen Städte natürlich, nicht erheblich. Ein sehr interessantes Ergebnis seiner Untersuchung ist die Feststellung der Thatsache, daß die Annonce

[1]) Schacht, Statistische Untersuchungen über die Presse Deutschlands (Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik. Band XV.) 1898.

Digitized by Google

um so teurer wird, je größer die Auflage der betreffenden Zeitung ist. Schacht fand, daß der Durchschnittspreis für eine Annoncenzeile in Pfennigen betrug bei einer Auflage von:

unter 500	bis 900	bis 3000	bis 7000	bis 15000	bis 35000	bis 70000	bis 100000	über 100000
11	12	13	15	19	22	28	28	50

Trotzdem ist das Inserat in den Zeitungen mit großer Auflage billiger, da ja dasselbe auch eine viel größere Verbreitung erfährt.

So finden wir die Behauptung bestätigt, daß es die wachsende Benutzung der Zeitung zum Bekanntmachen aller möglichen Nachrichten, daß es der wachsende Inseratenumsatz der Zahl nach ist, welcher die Einnahme aus demselben so sehr in den Vordergrund treten läßt. Daß dieser Aufschwung namentlich erst seit der Mitte des Jahrhunderts eingesetzt hat, seitdem sich das Zeitungswesen überhaupt freier entwickeln konnte, bedarf kaum des Beweises. Die „Münchener Neuesten Nachrichten" hatten im Jahre 1848 einen Jahresumsatz von Inseraten (der Zahl nach), der rund 14000 Stück betrug. Im Jahre 1899 hatte sich derselbe auf 300000 gehoben, war also stark 21 mal so groß geworden.

Eine genaue Berechnung der Summen, welche heute unsere Zeitungen für Inserate einnehmen, ist nicht möglich wegen der zur Anwendung gelangenden Pauschalpreise und Rabattsätze, die bei den verschiedenen Zeitungen verschieden sind. Die Einnahmen der Londoner „Times" wurde im Jahre 1875 für eine Nummer auf 35000 M. geschätzt. Wenn auch die analogen Zahlen für deutsche Blätter im Jahre 1875 noch nicht so groß waren, in den letzten Jahren jedenfalls sind solche Ziffern auch erreicht worden. Die Zeitschrift „Propaganda" in Berlin, die im Dienste des Inseraten und Reklamewesens steht, hat seit einigen Jahren Statistiken über den Inseratenreichtum der deutschen Zeitungen

Digitized by Google

veröffentlicht, die zwar infolge der oben erwähnten Mängel an Genauigkeit leiden, immerhin aber ein gutes Bild von den ungeheuren Summen geben, die durch das Inseratenwesen den Zeitungen zuströmen. In der Statistik von 1898 ist einer der, in der Geschäftswelt „silberner Sonntag" genannter, Adventssonntage, der 11. Dezember zu Grunde gelegt; danach erreichten eine Gesamtbruttotageseinnahme von

Mark	über 30000	10 bis 15000	7 bis 10000	6 bis 7000	5 bis 6000	4 bis 5000	3 bis 4000	2 bis 3000	1 bis 2000
Zeitungen	1 (Berliner Lokalanzeiger.)	3	5	4	6	6	13	24	33

Wie gesagt geben diese Zahlen nur einen Gesamtüberblick, da ja auch nicht alle Blätter berücksichtigt sind. Außerdem greifen sie gerade den günstigsten Tag des Jahres heraus. Die neueste Statistik ist infolge des Widerstrebens mancher Verleger nicht mehr so reichhaltig, was die Zahl der beobachteten Zeitungen betrifft; dafür aber liefert sie Nachrichten über die Inseratenmenge eines größeren Zeitabschnitts, allerdings auch wieder des für den Geschäftsgang günstigsten vom 1.—23. Dezember 1900. Während dieser Zeit erreichten an Einnahmen aus Inseraten:

	Ungefährer Bruttoumsatz in Mk.	Flächenraum nach qm	Inseratenseiten
Berliner Lokalanzeiger	353,513	71,09	609 5/6
Dresdener Nachrichten	135,000	84,82	714
Berliner Tageblatt	131,150	32,25	277 1/2
Berliner Morgenpost	188,770	24,86	220 1/2
Hamburger Fremdenblatt	106,190	49,72	261 1/2
Frankfurter Generalanzeiger	100,000	46,72	321 1/2
3 Zeitungen	80—90 000		
3 „	70—80 000		
4 „	60—70 000		
6 „	50—60 000		
6 „	40—50 000		

Digitized by Google

	Ungefährer Bruttoumsatz in Mk.
14 Zeitungen	30—40 000
16 „	20—30 000
14 „	10—20 000.

Die in der Tabelle auffallend kleine Zahl von 14 Zeitungen mit einem ungefähren Bruttoumsatz von 10—20 000 Mk. erklärt sich daraus, daß es namentlich Verleger kleinerer Blätter waren, welche bei der Lieferung des nötigen Materials Widerstand leisteten; in Wirklichkeit ist diese Zahl natürlich viel größer. Aus dem Vergleich der beiden Tabellen kann man übrigens erkennen, wie sehr die Tageseinnahme aus Inseraten schwankt. Die tägliche Durchschnittseinnahme des „Berliner Lokalanzeiger" beträgt für die Zeit vom 1.—23. Dezember 15 370 Mk., während die einzige Tageseinnahme des „silbernen Sonntags" über das Doppelte so hoch war.

Doch gehören alle bisher angeführten Beispiele der Klasse der großen Zeitungen an, die verhältnismäßig gering ist. Von allen politischen Zeitungen haben nur 3,4 % eine Auflage von über 15 000 Stück. Den weitaus größten Teil bilden die Zeitungen mit einer Auflage von 900—3000 Exemplaren; ihr Kontingent beträgt 48,5 % aller Zeitungen. Es ist dies die kleine Lokalpresse, für die eine Existenz ohne Inserate erst recht gar nicht denkbar wäre. Der durchschnittliche Preis für das Vierteljahrsabonnement beträgt für jene Kategorie 1,26 M. Nehmen wir nun die durchschnittliche Auflage dieses Teiles der Tagespresse ziemlich hoch mit 1200 Exemplaren an, so berechnet sich also der jährliche Abonnementsertrag auf rund 6000 Mk.; daß mit dieser geringen Summe allein ein Zeitungsunternehmen nicht bestehen, geschweige denn rentieren kann, ist ohne weiteres einleuchtend. Diese Blätter machen auch weiter keinen Hehl daraus, daß es sich für sie nur um Inserate handelt; so kann man öfters in Abonnementseinladungen derselben lesen, daß es ihnen nun,

Digitized by Google

da sie reichlichen Zuspruch der Inserenten hätten, auch ermöglicht sei, den textlichen Teil auszubauen. Daß sie sich mit dieser naiven Offenheit eigentlich selbst die Qualität als „Zeitung" absprechen und sich zu bloßen „Inseratenausrufern" machen, kommt den Verlegern gar nicht in den Sinn.

Wir finden also die Behauptung, daß heutzutage die Inserate das Mark der Zeitungen sind, durch die Thatsachen vollauf bestätigt. Fast alle unsere Zeitungen, groß und klein, könnten ohne Inseratenwesen nicht mehr bestehen und müßten vergehen und verwelken wie Blumen, denen man die nährende Muttererde entzogen hat.

§ 9.

Die Annoncenexpeditionen.

Der große Umfang, den das Inserieren namentlich seitens der Industrie genommen hatte, die immer verwickelteren Preßverhältnisse, die von dem ferner Stehenden unmöglich mehr für jeden Ort mit einiger Sicherheit beurteilt werden konnten, sie ließen in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts einen ganz neuen Geschäftszweig ins Leben treten: die Annoncenexpeditionen. Sie sind technisch eine Art Sammelstelle für die Besorgung von Inseraten in verschiedene Zeitungen an verschiedenen Orten. Ein großes, industrielles Unternehmen muß heutzutage für den Weltmarkt arbeiten und es genügt ihm infolgedessen zu seiner Reklame auch das verbreiteste Blatt nicht mehr. Es muß daher in der ganzen Welt und in einer großen Anzahl von Blättern inserieren; es wäre also eine lästige Korrespondenz und Abrechnung mit vielen einzelnen Zeitungen nötig. Hier setzt nun die Thätigkeit der Annoncenexpedition ein. Sie erhält ein Exemplar der in vielen Blättern gleichlautend oder mit geringen Modifikationen zu inserierenden Annonce und verteilt dieselbe dann auf die ein-

Digitized by Google

zelnen Zeitungen, mit denen sie in laufender Rechnung steht. Der Auftraggeber erhält seinerseits nur eine Rechnung von der Annoncenexpedition; das ist der zweite Vorteil dieser Institute. Ihre Thätigkeit ist also eine wesentlich vermittelnde zwischen den Inserenten und den Insertionsmittelinhabern. Ihre Verbindung mit den Zeitungen ist eine doppelte; entweder sie sind eine Art Agenten der Zeitungsunternehmungen oder sie haben gegen eine fixe Summe die Inseratenspalten eines Blattes gepachtet. Ihren Verdienst suchen die Annoncenexpeditionen durch Erlangung von Rabattsätzen für zugeführte Inserate.

Die älteste der heute bestehenden Annoncenexpeditionen ist die Firma Haasenstein und Vogler, deren Begründer zuerst in Deutschland die Bedeutung des Annoncenwesens und einer festen Organisierung desselben erkannt haben; ihr Unternehmen wurde im Jahre 1856 ins Leben gerufen, und zwar nach englischen und nordamerikanischen Mustern.

An und für sich ist die Idee, nämlich Inserate durch Mittelspersonen in die Zeitungen besorgen zu lassen, schon älter. Im Karlsruher Archiv befindet sich unter den Akten der kurpfälzischen Regierung unterm 11. April 1779 eine Rechnung der kurpfälzischen Post an die Regierung für die Besorgung mehrerer, im Auftrage der Regierung in Zeitungen gesetzter Avertissements. Doch dürfte heute bei unserem enorm gesteigerten Inseratenverkehr die Post diese Funktion kaum mehr nebenher übernehmen können, so schön der Gedanke sonst wäre, die großen Summen, welche die Annoncenexpeditionen jährlich verdienen, zur Erleichterung der Steuerzahler dem Staatssäckel zuzuführen. Heute giebt es nämlich eine ganze Anzahl solcher Unternehmungen. Zu wirklicher Bedeutung haben sich jedoch neben „Haasenstein u. Vogler" nur die Institute von R. Mosse und G. L. Daube u. Cie. entwickeln können, die 1867 bezw. 1864 gegründet sind. Die Organisation dieser Unternehmungen ist nun eine verschiedene, eine zentralisierte oder eine dezentralisierte, je nachdem die Zweig-

Digitized by Google

stellen selbständig oder nicht arbeiten. Diese Zweigstellen sind in den größeren Städten des Reiches domiziliert, zum Teil auch im Auslande. Sie arbeiten entweder selbständig und rechnen dann mit der Zentrale ab, wie z. B. bei G. L. Daube u. Cie., oder sie sind nur Lokalsammelstellen für größere Bezirke. Die untersten Organe des Geschäftsbetriebes bilden überall die Agenturen, welche in allen nennenswerten Städten Kaufleuten oder sonstigen Gewerbetreibenden übertragen sind, und zwar auf eigenes Risiko. Sie haften der Expedition gegenüber für die Bezahlung der ausgeführten Aufträge. Durch die Gewährung von Tantièmen erwecken die Annoncenexpeditionen bei ihren Agenten Interesse daran, möglichst viele Inserate zu liefern.

Zu einem verwerfenden Urteil kann man einer Einrichtung gegenüber, die sich seit Dezennien gut eingeführt und erhalten hat, auch zweifellos eine wichtige wirtschaftliche Vermittlungsfunktion ausübt, ohne weiteres nicht kommen, obwohl gewisse Vorgänge im Inseratenwesen darauf hindeuten, daß die Thätigkeit der Annoncenexpeditionen vielfach als eine schmarotzende empfunden wird, hauptsächlich natürlich von seiten der Zeitungsverleger. Wenn die Annoncenexpeditionen lediglich bei ihrer vermittelnden Thätigkeit geblieben wären, so müßte man diese Klagen alle gewiß für unberechtigt erachten, denn diese Thätigkeit nahm sowohl dem Inserenten — man muß dabei immer den Großinserenten ins Auge fassen — als auch den Zeitungsverlegern viel Arbeit ab und ersparte teilweise auch direkt Kosten, die von den letzteren durch Gewährung entsprechender Rabattsätze wohl gelohnt werden konnte; es stand ihnen ja frei, diese Spesen durch entsprechende Erhöhung der Insertionspreise auf die Inserenten abzuwälzen. Durch das gleiche Interesse, möglichst viele Inserenten mobil zu machen, gewannen die Verleger rührige Agenten in den Annoncenexpeditionen, welche nicht zum mindestens zu dem enormen Aufschwung des Inseratenwesens, namentlich in den letzten 30 Jahren, beigetragen haben, indem sie durch ge-

Digitized by Google

schickte Propaganda die deutsche Geschäftswelt von der Nützlichkeit und Notwendigkeit einer lebhaften Zeitungsreklame überzeugten. Das sind unzweifelhaft große Verdienste, welche diese Institute sich um das deutsche Gewerbe und namentlich um den Aufschwung unserer Zeitungsindustrie erworben haben.

Doch fallen starke Schatten auf diese lichtvollen Seiten ihrer Thätigkeit. Es ist am Eingang der Erörterung über die Annoncenexpeditionen davon die Rede gewesen, daß die Preßverhältnisse derart verwickelte geworden waren, daß sie für den Einzelnen nicht mehr mit Sicherheit zu übersehen und zu beurteilen waren. Die Annoncenexpeditionen haben nun von Anfang an — und sie betonen es namentlich in letzter Zeit — ihrer vermittelnden, Zeit und Mühe sparenden Thätigkeit die des unparteiischen Ratgebers in Insertionsangelegenheiten hinzugefügt. Allein die Garantieen, daß der Ratsuchende auch wirklich unparteiische Auskunft bekam, waren immer höchstens die des soliden Geschäftsgebahrens. Dies ohnehin schon auf schwachen Füßen stehende Vertrauen mußte erschüttert werden, da das Mißtrauen der Inserenten hervorgerufen wurde zunächst wegen der verschiedenen Höhe des Rabatts, den die Expeditionen gaben, bezw. von den Zeitungsverlegern erhielten. Das Organ des Verbandes der deutschen Zeitungsverleger, der „Zeitungsverlag“ (in Hannover erscheinend), ist voll von Klagen über das Unmaß, mit welchem die Annoncenexpeditionen den Rabatt auf die von ihnen gelieferten Inserate hinaufzuschrauben versuchen. Daß die Expeditionen dann diejenigen Zeitungen, bei welchen sie am meisten Rabatt haben, bei der Zuführung von Inseraten bevorzugen, ist nur zu begreiflich, da die Expeditionen ihrerseits den Inserenten den Nominalzeilenpreis abfordern und nur selten und unter dem Druck der Konkurrenz anderer Expeditionen als Lockspeise ihrerseits Rabatt geben.

Dazu kommt dann noch, daß die Expeditionen auf den Gedanken kamen, den Inseratenteil mancher Zeitungen zu pachten,

Digitized by Google

was auch nicht geeignet war, das Vertrauen der Inserenten auf die Unparteilichkeit derselben zu steigern. Das Haus Mosse hat den Anfang damit gemacht, sich die alleinige Inseratenannahme gewisser Blätter zu sichern. Es sind dies zum Teil Blätter, die früher überhaupt keinen Inseratenteil hatten, wie der „Kladderadatsch“ und die „Fliegenden Blätter“; doch auch politische Blätter finden sich unter ihnen. Im ganzen hat die Firma Mosse 66 Pachtblätter, meist allerdings Unterhaltungs- und Fachblätter. Einige dieser Zeitungen sind sogar Mossesches Eigentum, wodurch das Mißtrauen des Publikums noch mehr gesteigert wird. Die anderen Annoncenexpeditionen haben auch, wenn auch nicht in diesem Umfange, Pachtblätter. Es ist nur zu menschlich, daß bei Anfragen über geeignete Insertionsorgane die Annoncenexpeditionen ihre Pachtblätter in den Vordergrund schieben, da sie bei deren Benutzung einen Vorteil haben.

Das Institut der Pachtblätter in der Ausdehnung, wie es die Firma Mosse besitzt, soll aber auch noch im Interesse dieses Hauses zu einer Monopolisierung des Inseratenwesens führen und es ist auch bemüht, die ihm durch die Pachtverträge zu Gebote stehenden Machtmittel bis zu der äußersten Konsequenz durchzuführen. Die „Deutsche Inserentenzeitung“ bringt ein deutliches Beispiel, daß man dort versucht, die Inserenten zur Benutzung gerade des eigenen Instituts förmlich zu zwingen. Sie druckt einen Brief ab, worin es heißt:

„Wir müssen annehmen, daß Sie unser Institut nur bei „den Blättern, bei welchen eine Umgehung unsererseits nicht „möglich ist, benutzen wollen. Nachdem wir Ihnen auseinander„gesetzt haben, daß es nur in Ihrem eigenen Interesse gelegen „ist, wenn Sie Ihre Aufträge an uns vergeben, wundert uns „dies. Sie müssen wohl selbst zugeben, daß hierdurch ein „Entgegenkommen unsererseits in keiner Weise gerechtfertigt ist „und bedauern wir daher, Ihnen auf die „Berliner Morgen-

Digitized by Google

„zeitung" einen Rabatt nicht gewähren zu können, es sei denn, „daß Sie uns auch Ihre übrigen Aufträge zuweisen.

Hochachtend Rudolf Mosse."

Dieser Brief beweist unsere Ausführungen mit der größten Deutlichkeit und es ist nicht zu verkennen, daß sich unter der Einwirkung der geschilderten Pachtblätter die Entwicklung des Inseratenwesens auf einem Wege befindet, der zu einer ungesunden Monopolisierung desselben zu Gunsten einzelner, großer Inserateninstitute führen muß. Sowohl vom Standpunkte des Inserenten, wie von dem des Zeitungsverlegers ist diese Entwicklung zu verwerfen und zu bekämpfen; der Inserent hat sich dagegen zu wehren, daß ihm die Preise seiner Inserate einseitig von den Annoncenexpeditionen vorgeschrieben werden. Der Zeitungsverleger hat das größte Interesse daran, die Preisdrückereien, die zum Teil auch eine Folge des hartnäckigen Konkurrenzkampfes der Annoncenexpeditionen unter sich sind, vermieden zu sehen.

Im Zeitalter der Genossenschaftsbildung und der Selbsthülfe hat man sich auch auf diesem Gebiet der Übelstände durch genossenschaftlichen Zusammenschluß zu erwehren gesucht. Auch auf dem Gebiet des Inseratenwesens versucht man nun der Machtstellung einzelner, nach Monopol strebenden Unternehmungen die Macht einer solidarisch geschlossenen Korporation entgegenzusetzen. Es erfolgte am 12. Dezember 1898 die Gründung eines deutschen Interessentenverbandes als eingetragene Genossenschaft mit beschränkter Haftung. Die Mitgliedschaft wird erworben — abgesehen von einem Jahresbeitrag von 15 Mk. — durch Übernahme eines Geschäftsanteils von 1000 Mk., der mit 4 % verzinst wird. Die in Köln eingerichtete Zentralstelle, deren Funktion hauptsächlich die einer Annoncenexpedition ist, erteilt dabei über alle für Inserenten in Betracht kommenden Fragen Rat und objektive Auskunft. Der genossenschaftliche Charakter des Unternehmens, dessen Gewinn den Mitgliedern zu gute kommt, verbürgt im

Digitized by Google

Gegensatz zu den Annoncenexpeditionen, welche Privatunternehmungen sind, eher ein unparteiisches Urteil. Seit dem 1. März 1899 wird auch ein Organ, die „Deutsche Inserentenzeitung", in Köln herausgegeben.

So berechtigt die Idee des Verbandes an sich ist, so scheint derselbe unter der Anfeindung der mächtigen Annoncenexpeditionen und auch des Verbandes der Zeitungsverleger, der offenbar neben der Skylla eine Charybdis entstehen zu sehen glaubt, stark gelitten zu haben. Die Mitgliederzahl hat sich bis zum 30. Juni 1900 von 12 auf nur 36 gehoben. Von einem lebhafteren Geschäftsgang und einer Erweiterung des Betriebes ist nichts bekannt geworden. Wie sich die Verhältnisse weiter entwickeln werden, bleibt abzuwarten.

Vierter Abschnitt.

Kritik des heutigen Zustandes im Inseratenwesen.

---

§ 10.

Die Schäden im Inseratenwesen.

So steht das Inseratenwesen heute vor uns nach einem etwa 200jährigen Entwicklungsgang.

Bei der unleugbar außerordentlich wichtigen und mächtigen Bedeutung, die dasselbe in unserem Volksleben sich errungen hat, ist es angebracht, nun zum Schluß die Licht- und Schattenseiten

Digitized by Google

desselben gegeneinander abzuwägen und zu untersuchen, inwie weit die schon in der Einleitung angeführten, tadelnden Stimmen und andere stichhaltig sind, und wenn sie es sind, auf welchem Wege eine Abstellung der gemißbilligten Zustände erfolgen könnte.

Wenden wir uns zunächst näher den Schattenseiten zu, deren summarische Erwähnung unser Ausgangspunkt war. Was hat denn die Politik mit den Geschäftsanzeigen beliebiger Schneider und Schuster zu thun? hat einst H. von Treitschke ausgerufen. Er war aber nicht der erste und einzige, der sich über diese, wie er meinte, unnatürliche Verquickung zweier heterogener Gebiete aufhielt, sondern er hat merkwürdigerweise in dieser Frage mit seinen sonstigen Antipoden, den Sozialdemokraten, speziell Ferdinand Lasalle, übereingestimmt. Auf seiner rheinischen Agitationsreise im September 1863 hielt dieser eine Rede über drei Symptome des öffentlichen Geistes: „die Feste, die Presse und der Frankfurter Abgeordnetentag." In dieser Rede sagte er unter anderem: „In einem sozialdemokratischen Staat muß ein Gesetz gegeben werden, welches jeder Zeitung verbietet, irgend eine Annonce zu bringen, und diese ausschließlich und allein den vom Staate oder von den Gemeinden publizierten Amtsblättern zuweist." Man hätte nun meinen sollen, daß diese energische Forderung Lassalles in den späteren Programmen der sozialdemokratischen Parteien ihren Ausdruck finden werde; das ist nicht der Fall, obwohl die Anhänger des sozialistischen Wirtschaftssystems der Zukunft in ihren Erörterungen die Sterilität des Inseratenwesens für die Volkswirtschaft betonen. In der Praxis kann man bemerken, daß sich die Parteiblätter das einstweilen noch geltende Wirtschaftssystem der kapitalistisch geordneten Arbeitsteilung zu nutze machen, indem sie zahlreiche Inserate aufnehmen. Es ist das übrigens nicht die einzige Inkonsequenz, welche die Vertreter des Sozialismus sich in der Praxis erlauben. Bei dem im allgemeinen weniger kaufkräftigen Leserkreis, den die sozialdemokratische Parteipresse hat, ist es nicht zu verwundern,

Digitized by Google

daß nicht so viele Inserate dort zu finden sind; immerhin figurieren die Einnahmen aus der Benutzung der Parteipresse zu Insertionszwecken mit bedeutenden Ziffern neben der Einnahme aus dem Abonnement. Letzteres brachte in dem Geschäftsjahr 1897/98 2 161 255 Mk.;[1]) das Erträgnis aus Inseraten belief sich auf 1 116 713 Mk. Wir sehen hier, wie überhaupt bei ausgesprochenen Parteiblättern, die Ausnahme von der Regel, daß die Inseratenteinkünfte jene aus dem Abonnement überwiegen.

Übrigens sind die Beweggründe, welche die sozialdemokratische Theorie zur Verwerfung des Inseratenwesens bringt, andere, als die, welche Lassalle jene Trennung vorschlagen ließen. Jene wollen durch kollektivistische Produktion und Güterzuteilung den Preis der Produkte, der heute durch die Kosten für Reklame und somit Inserate erhöht wird, herabschrauben. Lassalle dagegen will dem Verderbnis der Presse ein Ende bereiten, indem er durch die Entfernung der Inserate aus derselben die Zeitungen zu unabhängigen, von lukrativen Geldspekulationen freien machen will. „Von Stund an," ruft er aus, „existieren nur solche Zeitungen und können nur solche Männer Zeitungen schreiben, welche ohne Rücksicht auf lukrative Bereicherung die Mission in sich fühlen, für die geistigen Interessen und das Wohl des Volkes zu kämpfen." Ähnliche Beweggründe haben auch Treitschke veranlaßt, die Wiederherstellung des Staatsmonopols für das Inseratenwesen zu fordern.

Alle diese Forderungen scheinen aber zu vergessen, daß der heutige Zustand des Anzeigewesens die Frucht einer Entwicklung von Jahrhunderten ist und daß sich diese Entwicklung als diejenige kennzeichnet, welche sie in dem geltenden Wirtschaftssystem nehmen mußte. Gerade in Preußen, wo ja das Staatsmonopol bestand, kann man sehen, daß es sich im Zeitalter der freien Konkurrenz nicht mehr aufrecht erhalten ließ. Ein Schnitt zwischen

---

[1]) Nach der in den durch Druck veröffentlichten Protokollen des Parteitages von 1898 enthaltenen Angabe.

Digitized by Google

Zeitungswesen und Inseratenwesen, wie ihn auch Schmölder [1]) vorgeschlagen hat, würde unter den heutigen Umständen, wo die Mehrzahl der Zeitungen finanziell auf die Inserate angewiesen ist, von einer vernichtenden Wirkung auf die Presse sein. Es könnten sich nur Blätter halten, hinter denen die Regierung, Parteien oder einzelne ganz große Kapitalisten, denen es auf Zubuße zur Erreichung ihres Zweckes nicht ankommen kann, mit ihrem Kapital stehen, denn wir leben doch immer noch im kapitalistischen Wirtschaftssystem. Ob nun gerade dieser Zustand dem einer von privatem, meist mittleren Kapital zu Erwerbszwecken gehaltenen Presse vorzuziehen ist, scheint nach dem Vorbild der heutigen sozialdemokratischen Presse und einiger Berliner Großkapitalistenblätter zu schließen, doch mindestens sehr zweifelhaft, ganz abgesehen davon, daß eine gerade dem deutschen Wesen widerstrebende Zentralisation auch im Zeitungswesen eintreten würde. Tausende von Existenzen, die heute durch kleine Zeitungen ermöglicht sind, entweder als Unternehmer oder als Angestellte, sie würden mit einem Schlage vernichtet zu Gunsten ganz weniger, großer Parteien oder Regierungsblätter, die ihrerseits von ihrer technisch und geistig erreichten Höhe herabsinken würden, da selbst das größte Kapital nicht mehr imstande wäre, die Unterbilanz fortdauernd zu decken, welche nach Ausfall der Inseratenseinnahme bei Fortführung der technischen und redaktionellen Seite der Unternehmungen auf dem gleichen Niveau wie jetzt sich ergeben würde.

Es scheint demnach, daß die Forderung einer Trennung des Inseratenwesens von der Tagespresse zum mindesten als verfrüht anzusehen ist. Wenn unsere ganze Wirtschaftsweise sich noch mehr kollektivistisch entwickelt haben wird — und sie ist gewiß auf dem Wege dazu — dann wird sich eine andere, entsprechende Regelung des Anzeigewesens vielleicht entwickeln, denn wie alle Erscheinungen

[1]) Schmölder, das Inseratenwesen ein Staatsinstitut. Leipzig 1879.

Digitized by Google

des Wirtschaftslebens, so ist schließlich auch das Inseratenwesen in den Fluß der Geschichte gestellt.

Eine andere Frage ist die, ob nicht offenbare Schäden abgestellt werden können, die sich durch die Verbindung, wie sie jetzt besteht, eingeschlichen haben, und zwar unter Aufrechterhaltung des einmal bestehenden Zustandes der Verbindung. Schmölder, der auch die Trennung lebhaft befürwortet, nimmt den Hauptanstoß an dem sogenannten Reklamewesen; es wird daher nötig sein, dies Reklamewesen auf seinen Charakter näher zu untersuchen.

Unter Reklame schlechthin verstehen wir alle Bemühungen eines Interessenten, sich bemerkbar zu machen, sich oder eine Sache dem Publikum in Erinnerung zu bringen und zu erhalten. Speziell die Bemühungen des Kaufmannes, des Produzenten, seine Ware bezw. seine Erzeugnisse bekannt zu machen, bezeichnen wir als Reklame, da sich die geschäftliche Reklame offen zeigt und der jetzigen Sitte gemäß offen zeigen darf. Andere Erwerbszweige, wie Künstler, Ärzte, Schriftsteller und Rechtsanwälte, selbst Staatsmänner machen in ihrer Art oft noch mehr Reklame, allein hier läßt die Sitte und das Standesbewußtsein nur die verschleierte Form derselben zu.

Wenn wir uns hier auf die geschäftliche Reklame beschränken und die obenstehende Definition anwenden, so ist die Reklame uralt, so alt wie die Verkehrswirtschaft überhaupt, denn das Ausbieten der Waren auf den zentralafrikanischen Stammesmärkten, das Ausrufen frischer Fische in Neapel ist in diesem Sinne ebenso Reklame, wie die Auslage in den Schaufenstern oder der Geschäftsreisende, das Zirkular, das Firmenschild, der Maueranschlag und schließlich die Zeitungsanzeige. Die beiden letzteren Formen hat man sich besonders als Reklame zu bezeichnen gewöhnt und an dieser Art hängt auch der ominöse Beigeschmack des Wortes. Weniger der Art und Weise, wie die Plakat- und Zeitungsreklame in Deutschland betrieben wird, als der Marktschreierei

Digitized by Google

und plumpen Anpreisung, welche in Amerika heimisch ist, verdankt das Wort „Reklame“, daß es in Mißkredit geraten ist. In Deutschland hat sich im allgemeinen und zwar in Anlehnung an englische Vorbilder eine weit feinere, weniger auffällige und doch wirksamere kaufmännische Kunst der Propaganda ausgebildet, die heutzutage jedermann anwenden muß, der vorwärts kommen und sein Brod verdienen will. Die Konkurrenz auch auf diesem Gebiete hat eine immer vollkommenere Reklametechnik gezeitigt, welche eine eigene Fertigkeit geworden ist. Gerade diesem Reklamewesen ist ein großer Teil des Erfolges zuzurechnen, den unsere Industrie und unser Handel im Auslande errungen haben.

Die Zeitungsreklame ist nun eine weitere Unterabteilung und gegen sie speziell richtet sich Schmölder. „Reklamewesen“ definiert er nach einer längeren Untersuchung folgendermaßen: „Reklamen im Sinne der Zeitungsverleger sind neben denjenigen Anzeigen, welche innerhalb des marktrechtlichen Teils der Zeitungen etwa eine bevorzugte Stellung einnehmen, vor allem diejenigen Inserate, welche dem natürlichen Reinlichkeitsgefühl der Zeitungsverleger widerstreben müssen und zwar entweder wegen des ungebührlichen, auf eine Irrtumserregung berechneten Platzes, der für die Anzeige beansprucht wird, oder wegen des der Anzeige zu Grunde liegenden, schmutzigen Gewerbes.“

Sehen wir zu, inwieweit sich diese Definition als stichhaltig erweist.

In der heute von den Zeitungsverlegern geübten Praxis müssen zwei Sorten von Reklamen unterschieden werden; zunächst ist da die Reklame mit entsprechendem Hinweis im redaktionellen Teile, die Zeitungsreklame im engeren Sinne; für sie wird oft durch einen besonderen Zusatz die Verantwortlichkeit des Redakteurs abgelehnt. Dann werden unter dem Namen „Reklamen“ im weiteren Sinne alle diejenigen Inserate im Inseratenteil verstanden, welche an bevorzugter Stelle, meist in derselben Spaltenbreite wie der redaktionelle Teil, aber unter dem sogenannten

Digitized by Google

Redaktionsstrich erscheinen. Nach Wuttke[1]) kam die Reklame (im engeren Sinne) um 1821 in Frankreich auf. Früher hatten die Zeitungen dort für die Erlangung der monatlichen Börsenschau monatlich 100—200 Thr. bezahlt; jetzt fanden es zuerst einige kirchlich gefärbte Blätter, die „Gazette de France“ und „L'ami de la Religion“, vorteilhafter, ihrerseits die Lieferung dieser Berichte gegen eine ihnen gezahlte monatliche Summe von 2000 Frks. an einen Börsenspekulanten zu verpachten unter der Bedingung, daß sie mit Notizen im politischen Teil den Börsenschwindel unterstützen sollten. Das böse Beispiel, das so das Börsengeschäft gegeben hatte, ahmten nun auch Gewerbe und Industrie nach und die Unsitte kam nach dem Aufblühen der Presse auch nach Deutschland. Seit der Mitte des 19. Jahrhunderts hat diese Entwicklung eingesetzt und die meisten unserer großen Zeitungen leben heute von wirtschaftlicher Interessevertretung ganzer Bevölkerungsklassen. Der Höhepunkt wurde erreicht, als in den sogenannten Gründerjahren nach dem siegreichen Kriege von 1870/71, die Bestechlichkeit und Verdorbenheit der Presse einen Grad erreicht hatte, der aller Beschreibung spottet. Die Berliner Zeitungen schwollen dick an und strotzten voller Inserate, welche Gründungs- und Emissionsprospekte zur Kenntnis des Publikums brachten. Außer den Insertionsgebühren, welche bald auf das dreifache des normalen Betrages anschwollen, bezogen die Verleger und Redakteure bei besonders faulen Gründungen außergewöhnliche Gratifikationen. Im redaktionellen Teil wurden die betreffenden Unternehmungen himmelhoch gepriesen. Die kleineren Blätter ließen sich die Gelegenheit natürlich auch nicht entgehen, druckten Prospekte unaufgefordert ab und sandten Belege mit Rechnung ein. In den Zeiten, als das Geschäft noch blühte, honorierte man sie auch wirklich. Jedes Blatt und jedes Blättchen ließ einen Kurszettel abdrucken und brachte so ständig

[1]) Wuttke, Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung. Leipzig 1866.

Digitized by Google

Börsennachrichten in ein Publikum, das sie früher gar nicht gekannt hatte. Wenn auch die krassesten Auswüchse jener Epoche beseitigt sind, so sind die Schäden, welche sich aus dem Verhältnis des Gründerwesens und der Börse zur Presse ergeben, noch nicht geheilt und werden wohl auch in absehbarer Zeit kaum zu heilen sein. Einen tieferen Einblick in diese Dinge gestatten uns die stenographischen Berichte der Börsenenquete, welche dann das Börsengesetz vom 22. Mai 1896 gezeitigt hat. Man wollte durch die Bestimmungen des § 76 des Gesetzes das Übel beseitigen; ohne Zweifel hat aber der Gesetzgeber selbst gewußt, daß seine Strafbestimmung unter 100 Schuldigen höchstens einen wird treffen können, denn die unter Strafe gestellten Beziehungen sind oft sehr intime und können zumeist nicht ans Tageslicht gezogen werden. Wer erfährt denn ex post den Verbreiter falscher Gerüchte, dem Aufgeber falscher Telegramme? In vielen Fällen kann man die Presse kaum verantwortlich machen. Es kommt vor, daß sich auf den Plätzen der Börsenberichterstatter hektographierte Notizen von Emissionshäusern oder Gründungen vorfinden; eine Unterschrift fehlt und die Notiz kommt in die Presse. Falls nun ein Schaden angerichtet wird, so kann man den eigentlichen Urheber nicht fassen. Es sollten daher von seiten der Presse nur amtliche Angaben, für welche die betreffende Unternehmung zu haften hat, aufgenommen werden. Andererseits ergab sich aus anderen erstatteten Berichten, daß eine ziemlich zahlreiche Revolverpresse existiert, die von den Emissionshäusern Inseratenzuwendung verlangt unter der Drohung, daß man die Gründung sonst schlecht machen werde. Auch hiergegen wäre Abhülfe wohl wünschenswert, da sich § 240 [1]) (Drohung) und § 253 (Erpressung) nicht immer gut auf dies Gebahren anwenden lassen. Allein es helfen hier alle Vorschläge nichts. Sehr richtig äußerte in der Sitzung vom 14. Juni 1892 der Sachverständige von Wallenberg-Pachaly: „So lange die Preßfreiheit besteht,

[1]) Des Reichsstrafgesetzbuches.

Digitized by Google

läßt sich eigentlich gegen das Reklamewesen nichts machen. Man kann die Ehrengerichte damit betrauen, auf das Reklamewesen ein wachsames Auge zu haben; aber eine besondere Bestimmung läßt sich hierüber nicht treffen." Ein Gesetz gegen die Reklame (im engeren Sinne), das wirklich jede Reklame trifft, müßte ein Verbot von Nachrichten über alle Unternehmungen, die einen Erwerbszweck haben, aussprechen. Dieser Bestimmung würde dann sofort der Handelsteil der größeren Zeitungen zum Opfer fallen, was gewiß volkswirtschaftlich zu bedauern wäre. Es sprechen daher schwere Bedenken gegen ein derartiges Gesetz. Es scheint nach wie vor hier mehr mit repressiven als mit präventiven Maßregeln erreicht werden zu können, indem eben namentlich die Börsenorgane ein scharfes Auge auf das Reklamewesen haben müssen, wie von Wallenberg-Pachaly sagte.

Was die Reklame im weiteren Sinne betrifft, so wird sie teurer bezahlt, weil sie an einer Stelle steht, die dem Leser eher in die Augen fällt; der Inserent hat also mehr Aussicht auf Erfolg; er wird sich daher um diese Stelle bewerben und gern mehr Geld dafür erlegen. Das reguliert sich eben nach dem Prinzip der freien Konkurrenz und es ist nicht einzusehen, warum den Zeitungsverlegern etwa durch Normierung eines Einheitspreises in ihre Privatunternehmung eingegriffen werden soll, da ja doch niemand geschädigt wird. Wenn Schmölder von einem Irrtum erregenden Platze spricht, so sind damit wohl hauptsächlich die Reklamen im engeren Sinne gemeint, sie sind allenfalls auf Irrtumserregung berechnet, nicht aber die Reklamen im weiteren Sinne, die meist nur die an erster Stelle des Inseratenteils stehenden Inserate sind und noch auf einer Textseite stehen.

Die Auswüchse des Reklamewesens an sich dürften daher kaum einen hinreichend genügenden Grund abgeben, um einen so einschneidenden Schritt zu thun, wie ihn Schmölder wünscht.

Einen weiteren Grund für die von ihm vorgeschlagene Trennung erblickt Schmölder in der dann möglichen Unterdrückung

Digitized by Google

derjenigen Anzeigen, welche irgend ein schmutziges Gewerbe bekannt machen oder dem unlauteren Wettbewerb dienen sollen. Zwar bedroht § 184 des Reichsstrafgesetzbuches die Verbreitung unzüchtiger Schriften. Olshausen kommentiert dazu, daß eine Schrift namentlich auch eine Zeitungsannonce unzüchtig sei, nicht mit Rücksicht auf ihren vielleicht unverfänglichen Wortlaut, sondern nach ihrem aus den Umständen zu entnehmenden Sinn. Allein es wird in der Praxis nicht nach dieser Olshausenschen Auslegung streng verfahren, sonst fände sich nicht in der That so viel Schmutz, selbst in den angesehensten Blättern. Doch man braucht auch hier nicht gleich das Kind mit dem Bade auszuschütten. Ein gesetzliches Verbot solcher Inserate, etwa als Novelle zu dem überhaupt verbesserungsbedürftigen Preßgesetz, durch das die Verleger gefaßt werden, würde dieselben Dienste leisten und widerspruchslos hingenommen werden, denn es wird sich niemand zum Anwalt eines schmutzigen Gewerbes machen wollen. Die juristische Konstruktion dieser Novelle müßte eine derartige sein, daß der Polizeistrafgewalt Raum gegeben würde.

Diesen unleugbaren Mängeln, die schließlich alles Menschliche an sich hat, stehen jedoch bei dem Inseratenwesen in unseren Zeitungen bedeutende Vorzüge gegenüber.

§ 11.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Inseratenwesens.

So lange der Güteraustausch ein im wesentlichen lokaler war, hat sich die Bedeutung des Zeitungsinserates für die Volkswirtschaft in bescheidenen Grenzen gehalten. Als aber der Güteraustausch mehr und mehr ein interlokaler wurde, als der lokale Markt zum nationalen, zum internationalen, zum Weltmarkt wurde, da erforderte er auch einen gesteigerten Nachrichtenverkehr; wir haben gesehen, daß vorzüglich das Zeitungsinserat diesen Nachrichtenaustausch vermittelt.

Digitized by Google

Das heutige Zeitungsinserat wirkt der Hauptsache nach in drei Beziehungen auf unser Wirtschaftsleben ein. Es fördert zunächst den gewerblichen Verkehr unmittelbar durch das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage. Ferner übt es mittelbar einen günstigen Einfluß auf die Lage des Handels und der Gewerbe selbst aus und begünstigt hauptsächlich den Großbetrieb; schließlich fungiert es als Haupthebel der Konkurrenz und der Preisgestaltung.

Was das Zusammenführen von Angebot und Nachfrage betrifft, so war erst, nachdem die Produktion zum größten Teil Marktproduktion geworden war, ein Organ zum Zusammenführen derselben in erheblicherem Grade notwendig. Käufer und Verkäufer sind sich nicht mehr wie früher, in der stadtwirtschaftlichen Periode, persönlich bekannt, sondern sie leben ohne Kenntnis von einander, bis das nach Befriedigung strebende Bedürfnis des einen sich nach jemanden umsieht, der die Mittel zur Befriedigung zu liefern im Stande ist. Der moderne Mensch nimmt die Zeitung zur Hand und orientiert sich im Inseratenteil nach dem Produzenten oder Händler, der das von ihm entbehrte Gut herstellt, bezw. feilhält. Jedoch nicht nur das Angebot und die Nachfrage nach Gütern, sondern auch nach persönlichen Diensten regelt die Zeitungsannonce, indem sie direkt zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer vermittelt. Sie ist auf diesem Gebiet im stande, die infolge der Freizügigkeit leicht mögliche, ungleiche Verteilung der vorhandenen Arbeitskräfte zu beseitigen und ist den Arbeitsvermittlungsbüreaus, auch wenn sie kostenlos von Körperschaften oder Kommunen verwaltet werden, an Wirksamkeit und Schnelligkeit gleich zu stellen.

Beinahe ebenso wichtig, wie diese erste Thätigkeit als direktes Vermittlungsorgan ist die mittelbar fördernde Wirkung des Zeitungsinserates auf Handel und Produktion. Die Schnelligkeit, mit der das gewerbliche Inserat Kenntnis von vorhandenen Gütern und damit ihren Absatz vermittelt, befähigt den Kauf-

Digitized by Google

mann und den Produzenten Gewinne aus günstigen Konjunkturen zu ziehen, die schnell benutzt werden müssen, ehe sie wieder umschlagen oder auch von der Konkurrenz ausgenützt werden. Ein geschicktes, rechtzeitiges und planmäßiges Inserieren ist so im stande einen oder den anderen Produktionszweig der Volkswirtschaft oder die oder jene Branche des Handels aufblühen zu lassen. Sie bietet ferner sowohl für den Käufer wie für den Verkäufer ein bequemes Mittel zur Information bezw. Propaganda und gerade infolge der Bequemlichkeit für den Käufer, den Nachfragenden wird die Zeitungsannonce auch zum wirkungsvollsten Reklamemittel des Anbietenden. Jedermann liest heutzutage die Zeitung, sucht und findet dort Angaben über die Befriedigung seiner Bedürfnisse. Viel zeitraubender und unbequemer ist jede andere Anzeigeart, sei es durch Prospekte, Zirkulare oder durch Maueranschläge. Für den Anbietenden kommt speziell noch das Moment der relativen Billigkeit dieses Anzeigeverfahrens in Betracht. Vielfach findet der Handel auch direkte Förderung durch das Zeitungsinserat, indem die Annonce Bedürfnisse erst weckt und den bewegenden Anstoß zu Kauf und Verkauf giebt. Nicht nur der Handel wird aber so gefördert, sondern auch die Produktion, indem mehr Nachfrage herrscht und den disponiblen Produktionskräften Ziel und Richtung gegeben wird. Es können durch geschickte Zeitungsreklame ganze Absatzgebiete für die Industrie oder den Handel erst erschlossen werden, eine Wirkung, die gewiß volkswirtschaftlich zu begrüßen ist. Begreiflich ist es, daß bloß leistungsfähige Unternehmungen zu dem Mittel einer planmäßigen Zeitungsreklame greifen können, da eine solche immerhin absolut bedeutende Kosten verursacht. Planmäßig und andauernd aber muß dieselbe sein, wenn das Geld, das für sie aufgewendet wird, nicht hinausgeworfen sein soll. So ist es eine weitere, indirekte Wirkung des Zeitungsinserates, daß es den Großbetrieb, der sich desselben am ratio-

Digitized by Google

nellsten bedienen kann, am wirkungsvollsten unterstützt und seine immer weitere Ausbreitung fördert.

Die günstige Wirkung, welche das enorme Anwachsen der Inserate für die Entwicklung der Presse gehabt hat, ist oben schon erwähnt worden.

Es erübrigt noch, auf das Inserat als Haupthebel der Konkurrenz einzugehen. Erst als allmählich die Gestaltung der Konkurrenz eine freiere wurde, da ließ sich diese Eigenschaft in vollem Umfange würdigen und heute — wo es darauf ankommt, den Konkurrenten aus dem Felde zu schlagen, wo keine Zunft dem geschickten wie dem ungeschickten, dem fleißigen wie dem faulen Arbeiter gleichmäßigen Absatz garantiert, wenn er nur Zunftmeister ist, da bedient man sich eben als Hauptkampfmittel des schnell und gut wirkenden, bequemen und relativ billigen Zeitungsinserates. Indem nun eine Annonce als Mittel des freien Wettbewerbes weitere Annoncen der Konkurrenten hervorruft, wirkt sie durch die nun gegebene Möglichkeit des Vergleiches preisbildend, preisnivellierend. Das Publikum ist jetzt im stande zu kontrollieren und eine Annonce, die für ein von mehreren Stellen aus angebotenes Gut einen höheren Preis ankündigt, als die anderen, ist sicher erfolglos. Wer inmitten der Konkurrenz steht, bedarf notwendigerweise der Reklame und zwar der so erfolgreichen durch das Zeitungsinserat; es wird daher das Zeitungsinserat eine Gleichmäßigkeit der Preise fast erzwingen und ein Überfordern des Publikum erheblich verhindern. In Verbindnng mit der oben angedeuteten Möglichkeit, ganze Absatzgebiete zu erobern und durch die dann gegebene Massenproduktion wirkt das Inserat auch verbilligend auf manche Bedürfnisse ein. Die durch den ungeahnten Aufschwung der Textilindustrie herbeigeführte, wesentliche Verbilligung der Kleiderstoffe ist beispielsweise nicht zum geringsten auf die energisch betriebene Thätigkeit zur Verbreitung des Absatzes, der dann den Aufschwung hervorbrachte, zurückzuführen.

Digitized by Google

Die Vorkämpfer für ein kommunistisches Wirtschaftssystem namentlich suchen die Thätigkeit des Inserates als eine überflüssige zu kennzeichnen, das Geschäft des Zeitungsverlegers mit Inseraten als ein schmarotzendes zu brandmarken. Sie glauben, daß in ihrem Zukunftsstaat das Inserat, überhaupt jede Reklamethätigkeit ganz wegfallen wird, da jeder aus dem gesellschaftlichen Gesamterzeugnis seinen Anteil empfangen und seinen Arbeitsanteil dafür leisten soll. Dadurch soll der Volkswirtschaft die ganze Last, welche das Reklamewesen und das Inserat als ein Teil desselben ihr auferlegt, von den Schultern genommen werden und die Preise der Produkte dadurch erheblich abschlagen. Es ist aber zu beachten, daß die Thätigkeit des Zukunftsstaates auf dem Gebiete der Güterzuteilung auch erhebliche Kosten verursachen wird, Kosten, die den Preis eines Produktes doch auch belasten werden.

Für unser heutiges Wirtschaftssystem bilden jedenfalls die Kosten für Zuteilung der Produkte und Zusammenführen von Angebot und Nachfrage nach Produkten einen integrierenden Teil ihres Preises. Die Existenz des Inserates, welches in hervorragendem Maße die Begegnung von Angebot und Nachfrage herbeiführt, ist also keine schmarotzende, sondern eine notwendige, durch unsere Wirtschaftsweise begründete und wird erst mit diesem Wirtschaftssystem fallen.

Digitized by Google

Carl Winter's Universitätsbuchhandlung in Heidelberg.

Hahn, Dr. Ed., Die Wirtschaft der Welt am Ausgange des XIX. Jahrhunderts.

Eine wirtschaftsgeographische Kritik nebst einigen positiven Vorschlägen. Lex.-8°. geheftet 5 M. 50 Pf.; fein in Leinwand geb. 7 M.

„Nun aber liegt noch ein Werk vor uns, das uns in ganz besonderem Maße dazu anregt, es warm zu empfehlen. Das erste Werk Hahns, «Die Haustiere und ihre Beziehungen zur Wirtschaft des Menschen», hat großes Aufsehen gemacht und vielen Beifall gefunden. Wir meinen, dieses zweite müßte einen großen Leserkreis noch mehr anziehen. Ed. Hahn wandelt nicht in ausgetretenen Bahnen, er vertritt keine durch Parteigeist oder sonstige Voreingenommenheit beeinflußte Richtung, er schwört auf kein Wort irgend eines Meisters. Was er sagt, ist herausgewachsen aus einer scharfen und gänzlich unbefangenen Beobachtung von Menschen und Dingen, entstanden auf Grund einer langen und tiefgründigen Prüfung dessen, was sein klarer Blick in sich aufgenommen. Er ist einer von denen, welche die Wahrheit ernstlich suchen. Viele seiner Meinungen und Anschauungen werden Widerspruch herausfordern, aber ebensoviele werden Zustimmung finden, und indem er das gesamte wirtschaftliche Leben mit dem Blicke eines Mannes von umfassender, weitausgreifender Bildung ohne das Scheuleder zünftiger Gelehrsamkeit ergründet, und indem sich mit dem scharfen Urteil die Herzenswärme eines edeln Menschenfreundes verbindet, muß er bei seinen Lesern nicht nur die Achtung finden, die stets einem Autor zu teil wird, der niemand zu lieb und niemand zu leid forscht und darstellt, sondern auch die warme Sympathie für den, der unbekümmert um der Menschen Gunst das sagt, was er denkt und glaubt. Wir meinen nicht zu irren, wenn wir diesem merkwürdigen, eigenartigen, durch und durch originellen Buche einen großen Erfolg voraussagen." **(Karlsruher Zeitung.)**

„. . . Ich kann nur hoffen und wünschen, dem Buche durch diese herausgerissenen Bruchstücke Leser, Nachdenker und Nachlebende geworben zu haben, das sollte mir die größte Freude sein. . ." **(Deutsche Zeitung.)**

„. . . Und alles, was er schreibt, ist klar, gründlich, zuweilen genial gedacht und glänzend geschrieben. Nimm und lies! So möchten wir allen sozial interessierten Lesern zurufen." **(Deutsche Evang. Kirchenzeitung.)**

„Endlich wieder einmal ein Buch, das sein Geld wert ist, aus dem man etwas lernen kann, das die Eintönigkeit der phrasenstaubigen litterarischen Sandwüste originell durchbricht. . . Ich mag es nicht unterlassen, auf das Hahnsche Buch jeden aufmerksam zu machen, der es verträgt, die Dinge auch in allseitiger Beleuchtung zu sehen, nicht in einseitiger, eine Darstellungsmethode, die insbesondere unseren Parteiderwischen so gerne beliebt, um das Wasser des Vorteils auf ihre Mühlen zu leiten. Das ist ein seltener Vorzug, der das Buch so lehrreich und anziehend macht. Der Verfasser will keiner Partei, keiner doktrinären Klique zu lieb und zu leid sprechen, sondern aus der Wirrnis der Erscheinungen, aus dem Toben des Daseinskampfes mit dem Rüstzeug einer geraden Logik und einer scharfen, unbebrillten Beobachtungskraft die festen Wege herausschälen, die in eine bessere Zukunft führen. . ." **(Der Hammer.)**

„. . . Jede Zeile des Verfassers bekundet ihren Ursprung aus lebendiger, dem handelnden Leben zugewandter Empfindung und aus dem starken Drange, der Menschheit durch die Anweisung des rechten wirtschaftlichen Weges praktischen Nutzen zu schaffen. Die Ziele des Verfassers beschränken sich nicht auf die Tagespolitik oder vereinzelte Maßnahmen, sie sind vielmehr umfassendster Art und wollen der gesamten Zukunftsentwickelung des Menschengeschlechts die Bahn weisen. . . Daß ein derartiges Buch das Interesse der weitesten Kreise zu fesseln imstande ist, liegt auf der Hand; es ist keine Gelehrtenschrift, sondern für die Gesamtheit der Gebildeten bestimmt. Der Verfasser hat schon manche wertvolle Gaben dargeboten und vielfach neuen leitenden Ideen Bahn gebrochen, so daß man auch von dem vorliegenden Werke hochgespannte Erwartungen hegen darf. Durch die Lektüre aber wird die Berechtigung solcher Erwartungen, wie wir uns zuversichtlich zu behaupten getrauen, außer allen Zweifel gesetzt. . ." H. P.

Digitized by Google

Carl Winter's Universitätsbuchhandlung in Heidelberg.

Dr. jur. Wolfgang Heinze:

Die Beschlagnahme der deutschen Postdampfer durch die Engländer.

Zur Frage der Seerechtsreform.

gr. 8°. geheftet 1 M. 80 Pf.

Die Belagerung der Pekinger Gesandtschaften.

Eine völkerrechtliche Studie.

gr. 8°. geheftet 5 M.

Auf! Gegen die national-polnische Wühlarbeit!

Ein Beitrag zur Beurteilung
und leicht verständlichen Übersicht des nationalen Polentums
im Deutschen Reiche
unter Zuhilfenahme zuverlässiger Quellen bearbeitet
von

Georg Krahl.

gr. 8°. geheftet 80 Pf.

Dr. Georg Mertz:

Das Schulwesen der deutschen Reformation im 16. Jahrhundert.

gr. 8°. geheftet 16 Mk., Halbfranz geb. 18 M..

Die Pädagogik der Jesuiten

nach den Quellen von der ältesten bis in die neueste Zeit dargestellt.

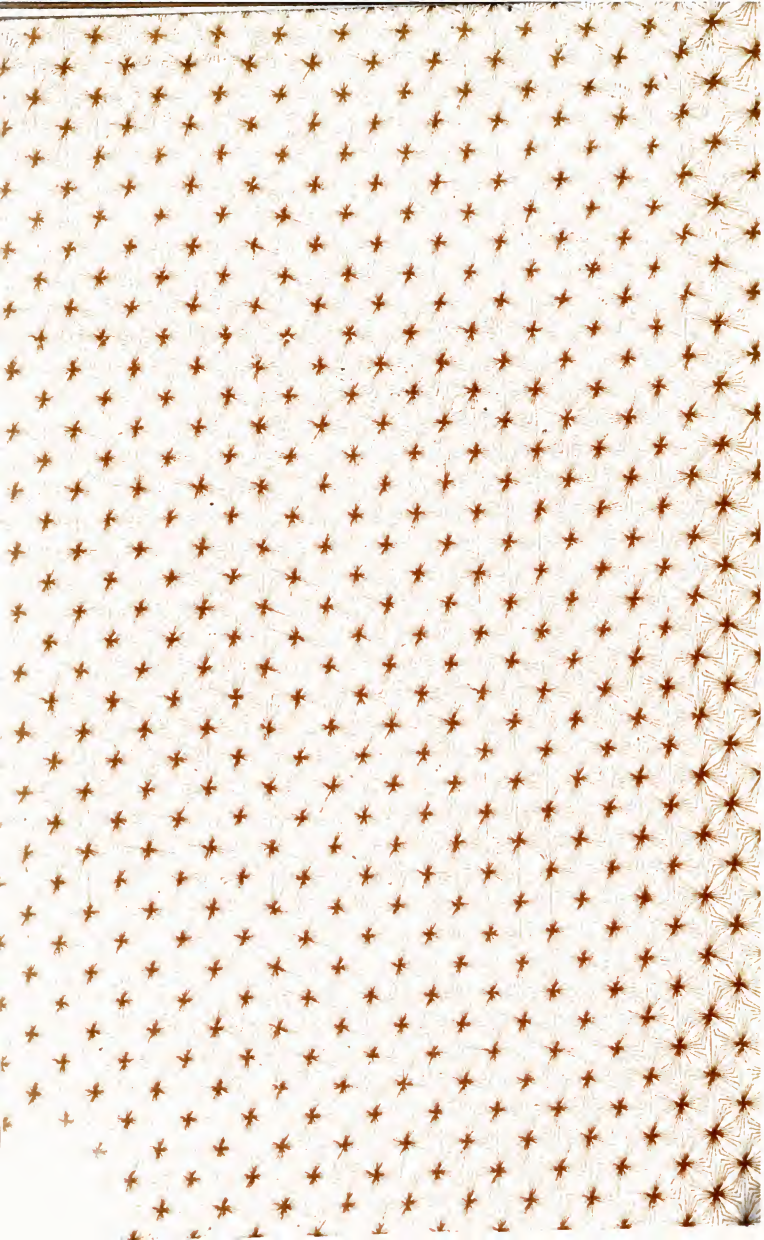
gr. 8°. geheftet 4 M.

„. . . Wer irgend, sei es unter pädagogischem, sei es unter historischem oder sonstigem Gesichtspunkte, eine zuverlässige Orientierung über das jesuitische Schul- und Erziehungswesen zu erhalten wünscht, sieht sich jetzt und für die nächstfolgende Zeit an die Mertzsche Monographie gewiesen . . ."

(Theolog. Litteraturblatt.)

C. F. Winter'sche Buchdruckerei.

Digitized by Google



Digitized by Google

UNIVERSITY OF CHICAGO
73 586 377

Digitized by Google